The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20040805020954/http://www.razonypalabra.org.mx:…

RAZÓN Y PALABRA
Primera Revista Electrónica en América Latina
Especializada en tópicos de Comunicación.

Número 16, Año 4, Noviembre 1999- Enero 2000

Reflexiones en torno de la perversión de la comunicación política
21 de septiembre, 1999

Por: Mercedes Escudero Carmona

I. De las ideologías inútiles *

II. De los medios y sus intereses *

III. La ley y el orden *

IV. La fuerza del contexto *

I. De las ideologías inútiles

"Las ideas no tienen importancia alguna. Las ideas son el uniforme vistoso que se les pone a los sentimientos y a los instintos"

Pío Baroja

Cuando el sociólogo estadounidense Daniel Bell publicó en 1960 por vez primera su obra denominada: *El fin de las ideologías*, no imaginó que su libro sería mejor conocido por su título que por su contenido. Y es que, en buena medida, la fuerza de los movimientos sociales de la época parecían apuntar no sólo a la no desaparición de las ideologías —según su planteamiento—, sino al fortalecimiento de éstas. Sin embargo, ya antes, en 1946, el novelista Albert Camus —quien fuera la primer persona que utilizó la frase: "el fin de las ideologías"— había considerado a éstas como "una forma de engaño".

La pregunta es: ¿Qué hallaron estos pensadores en la *praxis* política y en su entorno social que llegaron al punto de ver a las ideologías con un recelo más bien pesimista? En principio, pareciera ser que el mayor problema derivó de la propia observación de las divergencias entre lo que políticos e intelectuales planteaban como modelos críticos y metodológicos de análisis de la realidad social y de formas de gobierno, frente a su propia aplicación y, particularmente, a la utilización de éstas no como

propuestas de desarrollo o de explicación de la realidad, sino como instrumentos para sojuzgar a pueblos y ciudadanos débiles, mediante la "legitimidad" de la razón.

Más acá en el tiempo , factores como la consolidación del imperio estadounidense —luego de la disgregación de la ex Unión Soviética, resultado de su amplio deterioro económico— contribuyeron a fortalecer la percepción social de la inutilidad de las ideologías, si éstas no van acompañadas de bienestar. Desde luego, ello explica el rechazo generalizado de ciertas propuestas ideológicas —como el liberalismo social— debido a que sus presumibles bondades no hallaron correspondencia con los argumentos difundidos a través de la propaganda política. El resultado lógico es su condena total y absoluta, no la reflexión y crítica intelectual que debería corresponder.

desde otra óptica, del estudio de las campañas políticas en Estados Unidos —ejemplo pluscuamperfecto de democracia— se desprende que a los ciudadanos poco importa los contenidos ideológicos de los discursos políticos. Más bien se hacen interesantes y atractivas otras cosas, como las vidas íntimas, las destrezas manuales, ...argumentos que den razón de su moralidad, aunque se sobreentienda que este ámbito pertenece más bien al terreno de la hipocrecía.

Es en este sentido, donde la difusión de las ideas deja de tener interés. Donde la propaganda cede su espacio a la publicidad. Donde el análisis y la reflexión se ven subordinados a "la venta increíble".

En el México actual, dominado no por la carencia de propuestas políticas, sino por la falta de resultados en el contexto gubernamental —incluyendo, por supuesto, a gobernantes panistas y perredistas—, lo que menos parece importar es la necesidad de la divulgación de ideas. El propio José Ángel Gurría, cuestionado acerca de las bondades de la llamada *Tercera vía* ha respondido que ésta se aplica en México por el sentido social de la política económica, con lo que evitó profundizar sobre el debate que hoy recorre, particularmente, Europa.

En este sentido, el discurso de los aspirantes a la candidatura del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la presidencia de la República responde a la lógica del "posicionamiento" mediante la confrontación, aparentemente como única posibilidad de "provocar" la atención de un público elector poco interesado en el significado de términos como balanza comercial, producto interno bruto, liberalismo social o tercera vía, por sólo citar algunas. El relativo éxito de Roberto Madrazo Pintado tiene que ver, precisamente con su posición de oponente a un régimen que a estas alturas del partido parece haber demostrado la caducidad de sus ideologías incluyendo a la propia Revolución, máxime cuando uno termina por enterarse que los descendientes de Emiliano Zapata trabajan ahora de braceros en Estados Unidos.

II. De los medios y sus intereses

"Para ocupar el escenario hay que echar de allí a los demás"

Milan Kundera.

En buena medida, los medios de comunicación en México han comenzado a jugar un papel destacado en el quehacer político, dado que son ellos quienes median entre las autoridades y/o los políticos interesados en el poder y el Gran Público.

Como consecuencia, los medios regularmente juegan en dos grandes contextos:

- *El interés en la continuidad de la obtención de prebendas. Este argumento supone, consecuentemente, una negación más o menos amplia del ámbito de democracia que se*

supone existe, en la medida que se ponderan los compromisos de carácter político, por encima del propio contenido objetivo de la información.

- *El interés por el raiting o por el volumen de ventas, según sea el caso, y el impacto que supone en la obtención de contratos de publicidad. En este sentido, debe recordarse que lo noticioso es lo interesante y que la fecha del periódico es su propio epitafio. Mantener cautivo a un segmento del público implica, necesariamente, brindarle lo que pide y, seguro, la mayoría prefiere cuestiones relacionadas con el espectáculo que supone el "agarrón" entre los precandidatos en cuestión. Aparte de que la novedad debe ser permanente, salvo riesgo de que el espectador termine por emigrar hacia la competencia que ofrezca mayor cuota en términos de intensidad.*

Los medios de comunicación se convierten, de este modo, en singulares filtros que modulan las cargas emotivas en torno del aspirante de su interés. En días recientes hemos sido testigos de cómo una gran diversidad de medios realizaron encuestas respecto del debate entre los precandidatos del PRI. La amplia diversidad de resultados, algunos incluso contradictorios, exhiben la existencia de una gran diversidad de intereses, más que de errores metodológicos en el procesamiento de la información.

Como resultado tenemos, pues, que los medios de comunicación también forman parte de la gran familia de la corrupción, máxime que muchas de sus actividades se mantienen también al margen de una ley —por cierto obsoleta— que en mucho contribuye a la aparición de excesos, a la desacreditación per sé de personas e instituciones, a la magnificación de hechos irrelevantes y al uso de mecanismos de autocensura que en poco contribuyen al verdadero fortalecimiento democrático del país.

III. La ley y el orden

"Los discursos son siempre perjudiciales. Antes de la comida estropean el apetito, después indigestan"

Sandro Pertini

La propia inexperiencia del caso mexicano en torno de los significados y compromisos que implica la democracia se ve reflejada en la actitud de los políticos respecto de la ley. Pareciera, en este sentido, que ya no basta con mantenerse en el justo límite que la ley marca, sino que además se debe uno aventurar un tanto más allá, hasta donde sea posible, sin que se generen consecuencias de envergadura.

Es el caso de, al menos, tres candidatos reconocidos: Vicente Fox, del PAN, Cuauhtémoc Cárdenas, del PT y Jorge González Torres, del PVEM. En el caso del primero, el uso de símbolos religiosos, sin que el IFE diga: "esta boca es mía"; en el caso de los dos siguientes, el hecho de que ya promueven sus respectivas imágenes de candidatos, aun cuando el procedimiento para tal fin se abre hasta el mes de enero del próximo año y, según el Cofipe, será penalizado quien comience su campaña política antes de tiempo. El caso más interesante es el de Cárdenas, ya que sus múltiples facetas —como jefe de gobierno de la ciudad de México, candidato único del PRD y candidato del PT— le permiten asumir la "nacionalidad" más cómoda en el supuesto de que el Trife pudiera cuestionar sus métodos.

En cualquiera de los casos, el hecho de soslayar a las leyes electorales y aun la propia Constitución parece ser un elemento claramente medido en términos de riesgos y consecuencias. Cualquier llamado a la sensatez, por parte del organismo que también ha sido cuestionado, supondría la aparición de material altamente explotable, en la medida que pudiera constituir, ante los ojos de la opinión pública, una estrategia priísta destinada a evitar el registro de cualesquiera de los candidatos, con el pretexto de la burla a la ley.

De nueva cuenta, el posicionamiento, la provocación, el reto más bien relacionado con el espíritu deportivo, tienden a reemplazar a lo deseable: la difusión de las ideas políticas, la exposición de los métodos de gobierno —el cómo que nunca dicen—, las ideologías en las que se fundamentan, etcétera.

IV. La fuerza del contexto

"Los monopolios que hasta ahora dominan a la economía mexicana no saben quién es su cliente, no le ponen atención, lo tratan como un cliente cautivo. Más que simplemente arrogantes, son ignorantes"

Peter Drucker.

Un hecho que no debe pasar desapercibido, se refiere a la influencia que el propio contexto —político, económico, social— tiene en el desarrollo de las campañas políticas en general. En el caso mexicano un caso particular ilustra el problema: cuando Cuauhtémoc Cárdenas asumió la candidatura a la jefatura de gobierno del Distrito Federal, utilizó entre sus argumentos de campaña la necesidad de un cambio radical en la política económica.

El impacto de tales declaraciones en los centros de poder económico de Estados Unidos, como Wall Street, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, obligaron al líder del partido del sol azteca a emprender varios viajes destinados a desmentir sus declaraciones y a demostrar que no era de su interés modificar las políticas económicas, al margen de que se pudiera o no.

La fuerza del contexto, expresado en los compromisos económicos con el FMI y el BM, obligaron a Cárdenas a comprender los límites de su poder no sólo como gobernante de la ciudad de México, sino también como presumible presidente de la República. En tal sentido, la ideología pasó a un segundo plano y, quienes aún creen en el compromiso del PRD con la socialdemocracia o con el socialismo "a secas" verán traicionadas sus esperanzas. De tal suerte, que siempre las ideologías pasan a un segundo plano cuando el interés por alcanzar el poder se interpone. En ello, vale recordar a Mirabeau cuando procuraba que Luis XVI llamase al ministerio a los amigos de Robespierre: "¿Acaso no sabemos que el puesto de ministro convierte a un hombre en otro hombre? Jacobinos ministros ya no serán ministros jacobinos".

Regreso al índice de esta edición