

Carisma

Ocultar el del Adversario

POR LORENZO MEYER

LA búsqueda mexicana de la modernidad se asemeja en mucho a aquella que, se supone, en la Edad Media emprendieron los nobles caballeros en busca del Santo Grial: es la búsqueda de un imposible. México anda en pos de la modernidad desde fines del siglo XVIII y todavía es la hora en que no la encuentra.

Esa gran depresión económica, política y moral en la que ha caído la sociedad mexicana desde 1982, nos ha hecho a tirios y troyanos clamar por la modernidad como única vía de salvación, pero en la práctica el grupo en el poder ha cargado los dados de tal manera que en el juego político la modernidad difícilmente podrá ganar, pues una modernidad real va en contra de sus intereses.

★

EN este asunto de decir una cosa y hacer otra hay antecedentes: Porfirio Díaz, en su entrevista con el periodista norteamericano James Creelman, se comprometió con la democracia, pero en la práctica hizo todo lo contrario.

La superación del autoritarismo que la Revolución Mexicana montó hace casi cincuenta años en una formidable organización de masas —campesinos, obreros, militares y burócratas— requiere, entre otras muchas cosas, que los ciudadanos no sólo crean que la acción de votar es importante —lo que ya es difícil—, pero, además, que estén conscientes de que hay opciones al proyecto del partido del Estado, es decir el PRI. Sin la existencia y el conocimiento de las opciones políticas por parte de los ciudada-

nos, no hay democracia.

Hoy día las alternativas a la izquierda y derecha del PRI son casi desconocidas para el grueso de eso que llamamos ciudadanía, incluso en las zonas urbanas, donde supuestamente abunda la información política. Sin conocimiento sobre las opciones al *statu quo* no es posible la democracia ni la superación del pasado autoritario, y por tanto imposible aspirar a la modernidad.

En las sociedades democráticas contemporáneas, los medios masivos de comunicación son los más im-

portantes canales para llevar la información política al electorado. Los periódicos y las revistas tienen un impacto más profundo en la formación de opiniones políticas, pero sólo llegan a una minoría. Hoy por hoy son la radio y, sobre todo la televisión, los medios más importantes para dar o negar información política a la mayoría.

No he tenido el tiempo para hacer una observación sistemática del contenido de los noticieros de Imevisión y Televisa, pero no creo que sea accidente que, en las últimas semanas, ya sea en la mañana o por la noche, casi siempre que he buscado la noticia en la televisión, me he topado, aunque no lo quiera, con la campaña de Carlos Salinas, pero casi no he visto en esos espacios algo de lo dicho o hecho por quienes, al menos en teoría, personifican la alternativa al gobierno y sistema actuales: el ingeniero Heberto Castillo, doña Rosario Ibarra de Piedra, Cuauhtémoc Cárdenas o Manuel J. Clouthier.

★

LA televisión mexicana se le puede calificar de varias maneras, menos de imparcial en materia política. En lo que ya constituye una verdadera campaña de saturación, nos enteramos de cualquier cosa que haya hecho o piense hacer Carlos Salinas. Así, lo mismo vemos al candidato oficial, en la pantalla de nuestro hogar, indignar, se por las carencias de los indígenas de Chiapas, que tronar en contra de la reetiquetación de las mercancías que hizo el comercio a raíz de la superdevaluación del peso, o hablar sobre política exterior. Pero eso no es todo, en realidad los noticieros de televisión se muestran incapaces de distinguir entre lo importante y lo irrelevante, y por ello han incurrido ya, y de manera sistemática, en lo que podemos llamar la trivía del salinismo. Así, nos informan muy seriamente sobre la reacción de la vendedora que le entregó a Carlos Salinas el boleto para que entrara al Metro en su gira por el Distrito Federal y sobre el precio del mazapán que él compró después. Desde Agualeguas nos llegaron las imágenes y voces inocentes de los hijos del candidato oficial, apoyando a su padre (¿por qué no estaban esos niños en la escuela?), etcétera. En contraste con ese tipo

Carisma.- Ocultar el del Adversario

Sigue de la página siete

de información de desperdicio está el desperdicio de la otra información. Yo no vi, por ejemplo, ninguna noticia sobre la manifestación de mujeres en el Zócalo de la ciudad de México y con la cual doña Rosario Ibarra de Piedra inició su campaña presidencial. Aquel mexicano que, por gusto o necesidad, prescinde de los periódicos y sólo adquiere su información de los noticieros televisados, simplemente no se entera de cuál es el contenido esencial del programa de Cuauhtémoc Cárdenas, o de que Manuel J. Clouthier fue elegido candidato del PAN en una convención donde, a diferencia de la del PRI,

hubo suspenso y lucha abierta entre los precandidatos.

Abrir la televisión a la oposición en términos de igualdad con el PRI es requisito indispensable para una política moderna, pero eso no se hace, ni se va a hacer, porque conlleva peligros serios para el candidato del partido del Estado. Y es aquí donde entra el problema del carisma.

Fue Max Weber, el sociólogo alemán, quien rescató de la Biblia (Corintios II) el concepto de carisma (carismática era la persona que recibía la gracia divina) para las ciencias sociales. Según Weber, hay un tipo de autoridad que se asienta en las cualidades

extracordinarias —carismáticas— de una persona o de una institución. En los individuos, el carisma es la cualidad de los héroes, de los profetas o de los líderes políticos intensos y dominantes. La autoridad de tales líderes parte de ellos mismos y no de la tradición o los reglamentos vigentes. El surgimiento de tal tipo de líderes lo propician circunstancias extraordinarias, cuando la sociedad se encuentra en una situación difícil, en un callejón sin salida. Nuestro México, el México de la gran depresión, es un sitio propicio para que surja el carisma.

En nuestro país, quienes detentan el poder han usado a fondo el único carisma que les queda, y que no es el propio de su persona —los ambientes de la burocracia son anticarismáticos—, sino el de la "silla embrujada", la Presidencia. En la política mexicana el carisma personal, en caso de que exista, corresponde hoy exclusivamente a los líderes de la oposición: a Heberto Castillo, Rosario Ibarra de Piedra y Manuel J. Clouthier. La fuerza de su personalidad resalta por el hecho de que, basándose en el fracaso histórico del gobierno y del régimen, proponen verdaderas opciones, respuestas radicales. La gente que maneja la campaña del candidato oficial sabe esto, o al menos lo intuye, y por eso, y en contra de su pretendida confianza en la modernidad, está dispuesta a echar mano de los instrumentos autoritarios de control de los medios electrónicos de comunicación masiva, para evitar que la oposición pueda explotar a fondo una de sus ventajas naturales: el impacto del carisma en los tiempos de la crisis.

Para sintetizar, desde el poder se anuncia a voz en cuello que se busca la política moderna, pero en la práctica se hace todo lo posible para evitar encontrarla, pues la modernidad política es un ácido que inevitablemente corroería las bases del autoritarismo en que está montado el enorme, costoso e ineficiente aparato político premoderno que hoy nos gobierna... y que desea seguirnos gobernando.