

COMUNICACIÓN Y POLÍTICA*

Alejandra Moreno Toscano

Entiendo que si este tema se plantea en una reunión que analiza las alternativas del sistema político mexicano, la pregunta implícita es: ¿qué ha cambiado (y qué no), en los modos políticos de comunicarnos?

Empezaré mi argumento recreando una imagen: en los siglos coloniales, para pedir cambios en las condiciones de la vida, crear cohesiones colectivas —el sentimiento de que se compartía una preocupación por el destino del conjunto social— eran organizadas procesiones. Las procesiones eran un recurso para, colectivamente, pedir, a otro, al “altísimo”, a la última instancia, que cambiara algo. Así la sociedad se representaba a sí misma ante los ojos de la ciudad. Microrepresentación de su organización jerarquizada. Encabezada por las autoridades eclesiásticas y civiles, la marcha se estructuraba de más a menos. En ese recorrido participaban los representantes: de la ciudad, de los intereses de la economía de entonces, de los gremios como representación del pueblo laborioso, de las autorida-

*Texto presentado en la “Semana de Ciencia Política”, FCPyS, UNAM, abril de 1998.

des locales y del “común” de los vecinos. Se trataba de decir: “estamos aquí todos, queremos que nos escuchen”.

Con más beligerancia, pero el mismo reclamo, ya secularizada la sociedad, terrenalizada la autoridad, las manifestaciones del siglo XIX comparten el mismo mensaje: pedimos, reclamamos, demandamos: “somos muchos, aquí estamos para esperar que las autoridades cumplan”.

Dispositivos de comunicación masiva de puntos de vista divergentes, anteriores a los medios técnicos, nos interesan como ejemplo, porque su vínculo profundo es: pedir, exigir, demandar. Ahí está tal vez una de las claves de las sociedades autoritarias. Pensar que alguien “la última instancia” va a resolver algún problema.

El grado de ritualización que llegó a alcanzar, entre nosotros, este modo de comunicar las preocupaciones y aspiraciones colectivas no se contuvo en la representación o la profecía. La respuesta también era ritualizada: el poder escucha; y se forma una comisión para negociar, a puerta cerrada, los acuerdos. Alcanzado el nuevo equilibrio, se “anuncia”, se hace público, se propaga ante todos (por pregonero, por hoja volante, por desplegado periodístico) pues devolvía todo a la normalidad de la vida cotidiana. Cuando no se respondía así, cuando la respuesta era el encerramiento de la autoridad o su respuesta represiva o de castigos ejemplares, las reglas se rompían y se entraba al mundo del motín, donde la comunicación quedaba fraccionada pero resistía utilizando redes de contactos discretos.

Es decir, la imagen de que el orden político se había interrumpido o se había reconstruido, se hacía con publicidad, “que todos se enteren” era necesario. El suceso era comentado, a partir de lo visto o de lo oído, supuesto o interpretado, se volvía metáfora o emblema.

Había, por lo demás, distintas interpretaciones o lecturas del mismo hecho. Conforme avanzaba o retrocedía el conflicto alguna de esas interpretaciones se imponía y generalizaba. Se volvía “la verdadera”. A partir de ese momento se reinterpretaban los hechos, sus orígenes, dificultades, triunfos o derrotas. Ese mecanismo fusionaba “lo pasado” con el presente vivido.

Visto así, el cambio que se produjo en la política con la incorporación

sucesiva de medios técnicos que aceleran la construcción de esas imágenes, fue la multiplicación de las interpretaciones, el surgimiento de voces nuevas y el aceleramiento de su concreción y ruptura. La política, esa construcción de lazos imaginarios e inmateriales que ocupa tiempo en construirse y reconstruirse, tuvo que hacerse en lo instantáneo sin perder su propósito general y del largo plazo. Y lo más importante, tuvo que reconocer nuevas voces y nuevas opiniones.

Eso no es un cambio menor, cuando se piensa en política.

Por eso, en nuestros días, las formas tradicionales de comunicación en la política, se sienten tan desfasadas, lentas, ineficaces. Aquel antiguo calendario de fechas históricas, tan útil para lanzar secuencialmente mensajes políticos a cada uno de los sectores en que se dividía la sociedad para organizarla, atenderla (y entenderla), hoy está rebasado por la inmediatez de la información que se recibe. El ritual político perdió su orden antiguo. Sin embargo sigue habiendo resistencias al impulso de sustituirlo por un juego de construcción política más abierto.

Los conflictos más agudos surgen cuando se cruzan y estorban tres relaciones:

1. El deber informativo de los periodistas y la idea de que la comunicación política es solamente un instrumento de mando;
2. Cuando la autonomía de los poderes públicos se confunde con deslealtad;
3. Cuando el gobierno quiere imponer su punto de vista antes de haber convencido a la sociedad de sus razones.

La construcción de los contextos imaginarios de ideas, valores y creencias, en nuestros días es multimedia. Atrás quedó la coherencia de la línea informativa de las épocas en que por razones de la autoridad se unificaban las versiones informativas en la prensa. Los libros o folletos que contradecían la posición unificada tardaban muchos años en aparecer y terminaban por interesarles sólo a los historiadores. Hoy, con medios múltiples, con posibilidad de romper los muros nacionales, con sistemas de copiados rápidos y de difusión masiva, a través ya no de corporacio-

nes sino de redes, el juego entre decir y no decir, propagar, crear asociaciones y percepciones entre los demás, representar y hacer, se ha vuelto mucho más sofisticado.

Para saber moverse en la “virtualidad real” que hoy conforma la escena política, se necesita mucho más que formar parte de grupos políticos o pertenecer a partidos. Aprender a convencer a otros de la legitimidad de las posiciones en muchos escenarios y a través de múltiples medios, no es fácil.

De cualquier manera, lo que sí es indispensable para cualquier político es conocer el rol, la escena y el público. Es decir, el papel que se juega, la situación de la política y las cuerdas finas que mueven a la sociedad donde se vive. Es útil, aunque no indispensable, conocer las reglas y los valores con los que se trabaja en los diversos medios. Aquí se ha hablado del uso que tiene la segmentación del mercado en las decisiones de los medios. Pero la comunicación (en la política) seguirá poniendo las mismas exigencias: tener presente el momento, los interlocutores, las posibilidades y los límites de la acción; es decir: quién habla, dónde, en qué momento, a quién se dirige, quiénes lo escuchan y las diversas lecturas que se harán de lo que diga para anticipar sus efectos. Esto último porque saber anticipar efectos es una de las grandes influencias en la política.