

LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES han dejado un rastro de amargura en la sociedad mexicana. El triunfo del PRI ni siquiera ha generado una ola de júbilo en quienes votaron por la restauración del viejo partido. No hay tampoco muchas tensiones en el ambiente político, aunque una gran parte de la ciudadanía cree que el PRI utilizó medios corruptos e ilegales para impulsar a sus candidatos. La mayoría cree que los perdedores deben aceptar los resultados electorales, pues comprende que la corrupción del voto y la ilegalidad de los gastos son un fenómeno que se extendió durante mucho tiempo antes de las elecciones y que escapa a las regulaciones que podrían motivar la anulación de los resultados.

Los perdedores han señalado con energía dos hechos que parecen evidentes: el PRI compró masivamente votos y pactó ilegalmente con las empresas televisoras un apoyo constante a su candidato presidencial. Esta situación ha llevado a mucha gente a hacer preguntas que resultan muy incómodas. ¿Hay en México cuatro o cinco millones de ciudadanos que vendieron su voto? ¿Las televisoras corrompieron la mente de millones de personas para inducirlos a votar por el PRI?

Si se llega a la conclusión de que la compra masiva de votos y la corrupción mental son la explicación del triunfo del PRI, inevitablemente habrá que exigir la anulación de las elecciones y la convocatoria de nuevos comicios. Esta ha sido la propuesta del candidato que quedó en segundo lugar, López Obrador, que obtuvo cerca de tres millones y medio de votos menos que el priista (6.6% de diferencia). Habría que demostrar que por lo menos una cantidad similar de votos fueron comprados (o falseados), lo cual es prácticamente imposible. O bien demostrar que la televisión, al apoyar al PRI, fue la causa determinante de la diferencia, cosa que pudo haber ocurrido pero que no se puede probar legalmente. Lo que acaso se pueda probar es que el PRI excedió los límites de gasto permitidos, pero ello no es causal de anulación.

Nos movemos en un terreno pantanoso, pues las sospechas llevan a creer que en México hay millones de personas que se prostituyeron electoralmente y que, por ello, se han convertido en algo así como votoservidoras que ofrecieron su papeleta a cambio de dinero. Los partidos que compraron los servicios electorales de estas personas pueden ser considerados como inmorales. Y si los partidos logran pactos en las televisoras a cambio de servicios políticos (futuros o inmediatos), podemos sospechar que hay síntomas evidentes de prostitución. Todo esto nos lleva a la inquietante suposición de que un número muy elevado de ciudadanos se vendió o se dejó influir tontamente por la televisión. Cualquiera puede darse cuenta de que imaginar una sociedad permeada por ciudadanos prostituidos y estúpidos es una explicación pedestre y simplona de una realidad política compleja llena de matices.

Ya he explicado en mi libro *La sombra del futuro* la combinación de miedos, errores políticos, tradiciones culturales, corrupción y poder de los gobernadores priistas que permite comenzar a entender los resultados electorales. Ahora quiero abordar un par de temas adicionales. El gran historiador y crítico Tony Judt señala en un libro póstumo (*Thinking the twentieth century*, 2012) que hoy “los intelectuales no se preguntan si algo es bueno o malo, sino si es una posición

ROGER BARTRA

Sinapsis

CORRUPCIÓN

política eficiente o ineficiente”. Creo que este cambio ha ocurrido no solamente entre los intelectuales sino también en la cultura política ciudadana. Las posturas políticas de los candidatos perdedores reflejaron ya sea una moral estrecha basada en la exaltación de los esfuerzos individuales apoyados por la familia, ya la glorificación de una moralina centrada en la honestidad y el amor como método para resolver los grandes problemas. Acaso fueron ideas primitivas y vagas, pero representaron un ideario ofrecido a los electores. En contraste, el PRI no brindó ideas sino un discurso pragmático apoyado en la supuesta capacidad eficiente de su candidato para cumplir promesas específicas y simples. La campaña del PRI se caracterizó por la ausencia casi total de ideas, por un vacío moral y político, como si hubiese habido la implosión de un inmenso agujero negro. Este vacío le permitió al PRI captar muchos votantes que hacen a un lado las dimensiones ideológicas y morales de la política.

Otro aspecto que es interesante abordar es el hecho de que en las democracias actuales la influencia electoral de los movimientos sociales ha decrecido enormemente. La lucha electoral hoy transcurre principalmente en los terrenos de los medios masivos de comunicación. Las armas de las confrontaciones electorales son la televisión, el internet, la radio, las redes digitales y la prensa. Por supuesto, para que las contiendas sean equitativas es indispensable que haya una pluralidad de medios abiertos a todas las tendencias, algo aún poco desarrollado en México, especialmente en la televisión.

No solo es necesario un espacio mediático plural, flexible, tolerante y abierto. Además, los políticos deben afinar nuevas capacidades intelectuales para usar los lenguajes audiovisuales y digitales con habilidad. Pero estos escenarios están llenos de trampas, pues es fácil que la política derive en mero juego de simpatías personales, de rostros y gestos atractivos pero vacíos, en detrimento de un ejercicio creativo de la inteligencia. ❧

77

LETRAS LIBRES
SEPTIEMBRE 2012