

# COMUNICACION, CULTURA POLITICA Y DEMOCRACIA

Carlos Monsiváis\*

El simposio propone el tema y yo elijo el tratamiento. Doy por sentada, entre expertos, la definición de los términos, y me concentro en una versión muy sucinta de la relación entre los medios de difusión masiva y la cultura política de orientación y sentido democráticos, es decir, abordaré los vínculos entre la realidad y la utopía, entre los Medios en su presente condición y las necesidades formativas e informativas de las distintas sociedades de México.

Distingo en el proceso algunos cortes históricos. El régimen de la Revolución Mexicana sólo se interesa en los Medios de manera ya específica, a partir del gobierno de Luis Echeverría. Antes del sexenio de Manuel Avila Camacho al de Gustavo Díaz Ordaz, los Medios sólo se entienden como tecnología al servicio de los intereses políticos. Gobernar es un oficio arduo -es la impresión orientadora- y en algo se facilitarán las cosas si los gobernados admiten, porque no les queda otra, las versiones oficiales de los hechos. El nacionalismo es la ideología que subordina el sentido de la nación a las aspiraciones y proyectos de la clase gobernante, y la controversia es una aspiración ilegítima.

Los acontecimientos de 1968 trastocan esta noción de los Medios, y obligan al gobierno a un esfuerzo de entendimiento que se corresponde con el descubrimiento internacional de los límites y la falta de límites de la comunicación. No es exagerado decir que florecen a un tiempo las escuelas de comunicación, las oficinas de comunicación gubernamentales y empresariales y los deseos de comprender cómo se guía, se manipula o se encauza a una colectividad.

En la primera etapa, el impulso de la Revolución Mexicana es todavía extraordinario y hay un momento en que se pretende efectivamente extraer una dimensión cívica de lo que aún no son los Medios

\* Escritor y periodista mexicano.

sino -enumerativamente- la prensa, el cine y la radio. Los gobernantes sienten próximos a los gobernados y no les interesa una "política de comunicación". Basta con citar al pueblo (todavía no la sociedad civil) en el Zócalo de la capital, o en las distintas plazas mayores, y allí informarles, exhortarlos, conmovierlos, aquietarlos hipnóticamente.

De los medios poco se pretende. El presidente Lázaro Cárdenas patrocinó dos obras maestras de la cinematografía: *Redes* de Fred Zinnemann (1935), y *Vámonos con Pancho Villa*, de Fernando de Fuentes, y el resultado fue excelente. Pero los gobernantes sucesivos no creen en la tesis de Lenin sobre el cine como zona de encuentro entre gobernantes y gobernados, y le ceden el medio a los empresarios, no sin fijar antes las reglas de juego: nada de política, nada de agresiones al nuevo aliado en la sombra (la iglesia católica), nada de mostrar procesos de radicalización. Sucede lo mismo con la radio, dejándose el campo de la cultura política a la prensa, progresivamente sujeta a la censura y la negociación con el poder.

Los gobiernos sucesivos de Avila Camacho, Alemán, Ruiz Cortines, López Mateos y Díaz Ordaz desdeñan el uso de la televisión y creen tener en sus manos, orgánicamente, lo que les hace falta: la unión del control político con el único lenguaje público. No les importa, para el caso, si son o no percibidos y de qué manera. Se pronuncian afables, coléricos o muy conciliadores en el idioma de la retórica de corte neoclásico que surte de vaguedades a sus oyentes, o en el de la demagogia de origen vagamente radical. El término *cultura política* entonces no existe, y a lo que alude se le llama, con énfasis escolar, "civismo" o "espíritu cívico", y al respecto los gobernantes se dan por satisfechos alentando programas escolares, y viendo que en la práctica las colectividades se alejan de la política, a la que sólo acceden unos cuantos por la única vía establecida. (La oposición es un gesto simbólico.)

Al nacer muerta la información cívica, se organiza el olvido de las intenciones críticas y la premiación a la docilidad. Que nadie pretenda aprovechar la inconformidad y la irritación, dice cada uno de los Presidentes, porque el gobierno es también su propia oposición. Y se procede, desde arriba, a la construcción de una cultura política por así decirlo esquizofrénica, cuyo centro es el consenso indiscutido en torno a la administración pública, y cuyos rasgos sobresalientes son el conformismo, el oportunismo entendido como la vía más racional de acceso al poder, la clara partición entre lenguaje público (la

solemnidad) y lenguaje privado (la picaresca). La comunicación se da por descontada. Todos admiten las reglas de juego, y esa admisión común es el sometimiento que fluye hacia el Progreso.

Por lo demás, se sabe desde siempre, desde Tlaxcalantongo y Huitzilac y Topilejo, de las ventajas de promover la amnesia histórica, desde el primer instante. Así por ejemplo, si en materia de represiones sólo las perciben los directamente afectados, el éxito es seguro. Si no hay prensa, no existe la represión. Búsquense en la prensa, por ejemplo, datos precisos sobre la matanza en 1942 de los obreros de una fábrica de municiones cerca de Los Pinos, o sobre la bárbara eliminación de henriquistas en la Alameda Central el 7 de julio de 1952. Se hallarán notas redactadas con sobresalto, información precaria, tratamiento de nota roja y sermones edificantes enderezados contra las víctimas, a las que se califica de "provocadores, subversiones, delincuentes. (Esto se extenderá hasta 1968 y 1990. Recuerden las ocho columnas de *El Día* el 3 de octubre de 1968: Una minoría sectaria pretendió desviar el rumbo de la Revolución", o las informaciones por lo común equívocas y confusas de este año en torno a los asesinatos políticos en Guerrero y Michoacán.)

¿Para qué, en esos años, algo equivalente a una "política de comunicación"? Todos aceptan el autoritarismo y *la confianza en las instituciones* es una expresión que no deja a nadie fuera, porque las alternativas no existen. Ya en el sexenio de Miguel Alemán el espíritu cívico es sólo el barniz de aceptación inducida que ofrece la escuela primaria, y voluntaria o involuntariamente (para el caso lo mismo da), se auspicia por todos los medios una visión degradada de la política, como actividad comunitaria, lo que se corresponde con la visión sacralizada de los altos políticos, muy en especial el Presidente de la República.

Eso fue, y en gran parte eso es, la cultura política. La censura se implanta con ferocidad y se fomenta la tradición de la autocensura. Sólo se admiten unas cuantas licencias, que desembocan en convicciones subliminales: la política es por esencia suciedad; los políticos menores (los diputados) son chuscos casi por obligación; la corrupción es el corolario inevitable de la política y conviene renunciar a toda versión idealista y reencauzarse a través del cinismo. Y se procede a la doble operación, cuyo punto de partida es la eliminación de los debates, las críticas, las informaciones importantes.

Por un lado, se impulsa la perspectiva del cinismo y la masificación del oportunismo. ¿Qué se le va a hacer? Así son las cosas y uno, pobre individuo, no puede enmendar las vías del Sistema, como le consta a los protagonistas de las novelas, y a los ejidatarios de Acapulco y a los que pretenden el sindicalismo independiente. Mejor ríanse, porque nada conseguirán enmendar. Se celebran, como si fueran chistes épicos, los tránsitos súbitos de la pobreza a la riqueza. ("Al fin le hizo justicia la Revolución"), se admite que el fraude electoral es sólo un maquillaje de la democracia inexistente, se festeja la existencia del Partido de Estado (El PRI es "el Invencible", el PRI es como Jalisco, "nunca pierde y cuando pierde arrebatá"), y toda la parafernalia del cinismo se difunde entre las carcajadas que afianzan la despolitización.

Por otra parte, se ratifica a la demagogia como único lenguaje público, y la operación rebasa y nulifica las voluntades individuales. La demagogia es muchas cosas a la vez, pero en ninguno muy voluntaria cuando se da en las proporciones de la cultura política mexicana. Desde el momento en que toma posesión, un político se ve en la obligación de renunciar a cualquier lenguaje individualizado y ceñirse al único a su alcance: el de las promesas que se extienden como si fueran realidades, el de la realidad que se niega con fiereza acusándola de "traición a los altos ideales", el de la perpetua conversión de mediocridades notorias en eminencias, el de la invención del país donde todo se ha logrado (del segundo al sexto año de gobierno), y en donde todo está por lograrse (en el primer año de gobierno).

La demagogia y el cinismo conforman durante medio siglo el sentido de la cultura política, y dejan muy pocos espacios libres: el que se le concede a la crítica inevitable de la oposición, el que se requiere para la formación de los reemplazos, el que se admite para no despojar de toda credibilidad a los medios. Y la cultura política resultante es una mezcla de cinismo, de resignación, de acomodados con una realidad "que podía ser mucho peor", de certidumbre que el avance individual compensa en algo o en mucho el robo de los derechos ciudadanos. "De no ser por la Revolución Mexicana, yo estaría haciendo cola en la tienda de raya como mi padre o como mi abuelo", se dice melancólicamente.

Como a diario observamos en este sexenio, el peso de la demagogia es casi absoluto. Un funcionario, el que sea, se inicia pretendiendo renovar el lenguaje, ser franco, no dejar dudas sobre su intuición,

comunicar con claridad su proyecto. Seis meses después, la demagogia tradicional ha ganado la batalla. Es imprescindible, le gana tiempo al funcionario, le evita riesgos, le procura la satisfacción de considerar logros supremos lo que son apenas esquemas borrosos.

Y así en 1990, en medio de la abundancia informativa, la demagogia es todavía el idioma al uso, ¿cómo describir las etapas anteriores cuando la demagogia fue el único clima verbal concebible? La comunicación entre gobernantes y gobernados es un largo proceso, cuyo origen surge de la necesidad de eliminar la crítica exigiendo el aplauso. Esto es civismo: que yo te informe de lo que pudo haber sido presentándolo como triunfo de la Revolución, y que tú correspondas a mi fantasmagoría dándome el trato de estadista.

En el nivel de los hechos, surgen presas, carreteras, hospitales, escuelas y por décadas la movilidad social beneficia a diversos sectores. Para esta realidad apenas afecta el desenvolvimiento de la cultura política, porque la demagogia, empeñada en la fantasía, minimiza incluso logros formidables al presentarlos como hazañas homéricas. En este paisaje, el acto de votar pasa de obligación ciudadana a precaución administrativa ("Dicen que si no tienes la credencial de elector no te dejan salir del país") y usar el puesto para enriquecerse deviene obligación cívica. Si no se permite la democracia, que se democratice la corrupción.

Al gobierno sólo le interesan los medios masivos si confirman la despolitización y satanizan la disidencia. El cine mexicano es buena muestra del método. Se le somete a la censura dual del Estado y la sociedad tradicional, se le poda de cualquier intención crítica, de cualquier alusión a la Historia problemática (los casos de censura: *Los olvidados*, *La Rosa Blanca*, *La sombra del caudillo*, *El brazo fuerte*). En la radio, la Hora Nacional es un paradigma: de lo que ocurre sólo se habla con el tono declamatorio de quien considera una hazaña cada acto de gobierno, y un milagro la existencia misma del gobierno.

Esto trae consigo y a su modo institucionaliza una lectura investida de la información. Progresivamente, desaparece el volumen del discurso público. Nadie lo oye, y sólo se leen los párrafos seleccionados por la prensa para entender allí lo contrario de lo que se dice. "Dijo que no habría devaluación. Cambiemos en el acto nuestro dinero/ Dijo que no habrá escasez de gasolina. Véte y llena el tanque". Esta lectura de la

desconfianza es el perfecto corolario del cinismo inducido. ¿ Por qué debe creérsele a quien representa la demagogia?

## 1968: LAS MANIFESTACIONES CONTRA EL CERCO DIFAMATORIO

Este es el panorama en 1968. Un control drástico de los Medios, la prensa docilizada por los subsidios y las cuotas de papel, muy escasas zonas críticas, la televisión con un sistema noticioso a manera de crónica de sociales, la radio bajo la censura. De golpe, los estudiantes descubren los alcances de la fuerza de la táctica difamatoria. Hagan lo que hagan, sus acciones serán presentadas como vandálicas. El Presidente de la República los agrade y ellos sólo tienen a su disposición la movilidad corpórea, las marchas, los mítines, las brigadas, las discusiones familiares. Ellos enfrentan *su* versión contra *la* versión, y oyen y leen interpretaciones fulminantes de lo que *no* ha ocurrido. "Disuélvanse. Regresen a clases. No se dejen engañar por los agitadores", se les dice desde las editoriales de los periódicos, los púlpitos, los programas de radio y TV. Y de pronto, todo el clima del cinismo y la desconfianza, la suma de la falta de credibilidad de los Medios, ofrece un resultado distinto: el Movimiento mismo se transforma en un medio de comunicación, y la cultura oral (parecida al rumor, pero de ningún modo idéntica) hace las veces de periódico, de radio, de televisión. De modo abrupto, entre sectarismos, con alucinación utópica, emergen los rudimentos de otra cultura política que viene desde abajo, se afianza en el rechazo a las versiones prevalecientes, sólo concibe la democracia de asamblea (Quien no vino, no cuenta), no consigue prescindir de la demagogia, pero ya elimina de sus claves interpretativas al cinismo, y se enfrenta al tótem, el autoritarismo.

En las dos décadas siguientes son ásperas y desiguales las batallas por hacerse de una cultura política democrática o, si se quiere mayor exactitud, por deshacerse de la cultura política del autoritarismo. Se avanza con lentitud que muchos califican de desesperante, mientras la idea y el concepto de la *comunicación* fructifican en escuelas, teorías, debates siempre unilaterales y franca avidez de los gobernantes por apropiarse la nueva técnica. Si Luis Echeverría y José López Portillo no creyeron requerir de "constructores de imagen", ya Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari confían en comprender los nuevos tiempos. El 68 probó que la ausencia de la televisión no

impedía el auge de un movimiento social; el 68 probó también cuán útil y desmovilizador es el plan que privilegia la desinformación.

En 1988, y pese al inmenso gasto, se da otra elección presidencial más sin intervención *fundamental* de los medios electrónicos. Y esta vez no por falta de ganas del gobierno que sí quiere usar los Medios, sin fijarse en gastos, comprando tiempo en las televisoras y radioemisoras del país, usando con prodigalidad el horario del Estado, derrochando la imagen de su candidato en actitud de perorar, de entrevistar, de contemplar a las multitudes seguramente anhelosas de reflexionar sobre la Historia, de vivir con alegría ejemplar instantes cotidianos... Todo se intenta y los resultados no parecen sobresalientes. Ya se conoce y reconoce a Carlos Salinas de Gortari, y la popularidad no se traduce en credibilidad. Los programas y las transmisiones priístas invaden la televisión, pero la persuasión política no se concreta.

Al negarse el candidato Salinas al debate, y al imponer el gobierno el canje de la propaganda por la publicidad, que sólo admite la reiteración de fórmulas ("¡Vamos a ganar! ¡Vamos a ganar! ¡Vamos a ganar!"), se despoja a la población del derecho de contemplar actos políticos culminantes, y todo se pretende reducir a técnicas anacrónicas. Sin embargo, no se evita la vivacidad de la campaña. Minimizados, ignorados, invisibilizados cuanto se puede por los Medios, Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel Clouthier actúan "a la antigua" en mítines, marchas, visitas a pueblos y colonias, intervenciones ocasionales en radioemisoras, entrevistas fugaces en televisión. Esto debía bastar para volverlos figuras borrosas, muy secundarias, y no sucede así.

Por el contrario, el arrinconamiento en los medios electrónicos contribuye nacionalmente a la credibilidad de la oposición. En el ámbito de la derecha, Clouthier es visto como la "fuerza de la naturaleza" que se impone sobre las triquiñuelas del gobierno. Se le atribuye "carisma" y se le juzga el gran condensador de la energía y la ira de clases medias y burguesía. Y Cuauhtémoc Cárdenas encabeza un movimiento social que trasciende a los partidos, vuelve a entusiasmar a enormes contingentes del campo, inaugura el deseo de participación electoral en cientos de miles de jóvenes, le devuelve a muchísimos obreros la esperanza política. Y todo esto sin depender en lo básico de la televisión.

Cada una a su modo, la televisión oficial y Televisa hacen lo posible por contener el auge panista y la avalancha cardenista. Su estrategia

no da resultados, pero el esfuerzo consta. Cito algunas de las maniobras más fallidas:

Se informa de paso, sin adjuntar imagen y dando cifras obviamente disminuidas, de las campañas del cardenismo en La Laguna, Michoacán, Veracruz, Nayarit, Colima, y de las campañas del PAN en el norte de la República.

Se informa de paso de la gran concentración cardenista el 18 de marzo en el Zócalo.

Se lleva a 24 Horas a dos hermanos de Cuauhtémoc Cárdenas que le declamaron a Jacobo Zabludovsky su aversión al "traidor al PRI y al legado de don Lázaro".

Se minimiza el gran mítin cardenista en Ciudad Universitaria, con cien mil asistentes, En la televisión se habla de "diez mil asistentes conducidos por el fósil Imanol Ordorica".

Se le niega cualquier importancia a la renuncia de Heberto Castillo a la candidatura del Partido Mexicano Socialista, que postuló de inmediato a Cárdenas. Un hecho tan significativo sólo merece este comentario: "Es triunfo de la vieja guardia comunista".

En toda la provincia se niegan o se cancelan intervenciones radiofónicas y televisivas de Cárdenas y Clouthier. Al protestar Clouthier, le responde el líder Netzahualcóyotl de la Vega, a nombre del control cetemista de las radioemisoras, insultándolo por no advertir lo obvio: al representante del 14 % del voto únicamente le corresponde el 14 % del tiempo.

Lo ocurrido en la campaña electoral de 1988 derriba la tesis -muy favorecida en la izquierda- de la manipulación inescapable y absoluta de los Medios. Abundan los ejemplos de la falsedad de esta hipótesis:

En 1968 ni el cerco casi unánime de la prensa, ni los sermones moralizantes en la televisión, ni la prédica eclesiástica, ni toda la credibilidad gubernamental (¡que la había!) empeñada en contra, evitaron el crecimiento constante del Movimiento Estudiantil. Y la fuerza conjunta del Sistema no impidió en los años siguientes el triunfo histórico del Movimiento de 68.

Fracasa de modo ostensible la estrategia de proponer como la única posible a una juventud alegre como videoclip, frívola como anuncio de refresco y estúpida como para aquietar cualquier recelo adulto. Los "cachunes" despolitizados hasta la excelsitud, ya ni siquiera en las universidades particulares son el modelo único.

No es muy persuasiva la táctica que permite la crítica política en los periódicos (que, comparativamente hablando, leen muy pocos), y la impide en lo posible (que es muchísimo) en la televisión (que ven casi todos). En efecto, la TV ocupa la mayor parte del tiempo libre de los mexicanos, pero en lo político su influencia nunca ha sido formativa. (Para que lo fuera, como en Estados Unidos, se necesitaría el cambio que inicia el debate entre candidatos presidenciales, y se requeriría eliminar la sensación de ahogo de la publicidad priísta, y despojar de patetismo al reclamo comercial que vuelve tan hilarantes los programas de todos los partidos.) En la televisión mexicana, la acción política todavía no se produce, sólo -en el mejor de los casos- la información sesgada sobre la existencia de la política. Y por eso en los periódicos se concentra la discusión, y en la experiencia personal toda la formación política a que los mexicanos tienen acceso.

En televisión, el gran argumento visual del gobierno se diluye, pierde efecto. Por impresionante que sea el acarreo de hoy, en pantalla se ve exactamente igual al de ayer y al de mañana. Como a los camarógrafos se les prohíbe registrar las reacciones del auditorio (que, salvo las primeras filas, consisten en tedio, impaciencia, desánimo, relajo, irritación y chunga) siempre extraen lo mismo de una multitud: su carácter multitudinario. Y la obviedad forzosa liquida el propósito de apantallamiento.

Tampoco funciona, hasta donde es posible saberlo, las "visitas familiares" del candidato, y las llamadas "consultas televisivas". En las "visitas familiares" se pierde el ritmo ya impuesto por la televisión porque *todos dan la impresión de actuar su propia vida por primera vez ante las cámaras*. Inhibidos por su condición de sujetos de la tele, abrumados por su importancia súbita, los interrogados por el candidato doblado en reportero dan la impresión de divertirse y apenarse por ser ellos mismos. Y el síndrome de la telenovela ("vivo por capítulos y ante cámaras invisibles") desplaza y anula cualquier interés en la política. El "diálogo con el pueblo" nunca cuaja.

Al respecto de las consultas televisivas abundan las críticas: se les ha despojado de cualquier riesgo, son ensayadas, inocuas, y las preguntas se dirigen de hecho no a un candidato sino al Presidente en funciones. Sin embargo, y a *contrario sensu* las consultas televisivas son interesantes, porque permiten ver cómo se filtra la protesta, y reiteran el tono anacrónico de la campaña "de la modernidad". Y ante cada sesión televisada, reafirmo mi hipótesis: la publicidad en los Medios sirve para reiterar la existencia de los Productos (los partidos), pero de allí no se desprende el voto.

Al final de la campaña priísta, una parte representativa del país vierte quejas y denuncias, pero la empresa no va más allá de la encuesta periodística. La democracia no ocurrió ¿Cómo puede el grupo en el poder, a estas alturas, fundar su campaña en el diluvio de peticiones? Todo bajo control: al próximo gobernante lo acosan con problemas locales, regionales, nacionales, y él promete en cada caso, la solución específica. Y luego -se piensa el aparato gobernante- la sociedad volverá a su posición desventajosa: la peticionaria ante el poder eterno, la llorona imperfecta ante el poder que es perfecto, porque todo error corresponde al pasado. En la práctica, cada campaña priísta consiste en negar que en efecto el PRI es el mismo partido. No, se dice de mil maneras. El PRI de esta campaña ignoraba lo que hizo con el país el PRI en el poder, el gobierno se inaugurará virginal, y no hay conocimientos acumulativos. El PRI se renueva porque sus responsabilidades históricas no existen, es la conclusión implícita.

La respuesta se da el 6 de julio de 1988, un hecho que conviene estudiar a fondo sin mitificarlo en lo absoluto (como lo ha hecho, para su adecuada frustración posterior, parte de la izquierda y, como lo hace, para su justo desencanto histórico, la totalidad del aparato gobernante). Pero al margen de las conclusiones a que cada uno llegue (las mías son tan profundas que todavía no he tenido tiempo de extraerlas), lo indudable es la exigencia nacional de vida democrática. Esto se traduce de mil maneras, del respeto al voto al castigo a los violadores, de la actitud exigente ante las autoridades a la demanda de supresión de la Junta de Gobierno en la UNAM, pero el conjunto de las posiciones es inequívoco: sólo el tránsito a la democracia logrará en efecto darle un contenido positivo a la modernidad tan anunciada (el contenido negativo de la modernidad está a la vista, de Pemex a los estilos de vida de la burguesía).

Ante la demanda de vida democrática, el presidente Salinas reacciona con presteza. Si eso no se puede conceder (la democracia es la anulación del Sistema), por lo menos se hará, por vez primera, un uso deliberado de la comunicación. Los errores de la campaña electoral quieren borrarse a través del *blitzkrieg* publicitario. Y el resultado es, por lo menos en el primer año, eficaz. Porque no hay alternativas y porque algo aprendió el presidente de su antecesor: cómo *no* hacer las cosas. De la Madrid le tuvo miedo a una política de comunicación directa, y su presencia en los Medios fue rígida, protocolaria, nembutática. (Eso, cuando ocurrió. El 19 de septiembre de 1985 prefirió ausentarse de las cámaras.) El presidente Salinas ha crecido, como los de su generación, con el rumor adjunto de la tele, y en ella, y en el despliegue de las ocho columnas, confía ampliamente. Cada uno de sus actos espectaculares se prepara como el lanzamiento de un nuevo producto: la detención de Joaquín Hernández Galicia y la dirigencia petrolera; la detención de Eduardo Legorreta y su grupo; el arresto de Miguel Félix Gallardo; la recuperación de las joyas robadas en el Museo de Antropología; las firmas de renegociación de la deuda externa; los mensajes de Año Nuevo.

Hay tiempo de sobra para aguardar el advenimiento de la democracia, así la espera sea un tanto atormentada, como se vio en las elecciones de Guerrero y Michoacán, y en el proceso de extirpamiento del derecho de huelga, pero la comunicación alcanza, por vez primera, un rango político primordial. Que todos sepan de los grandes logros, aunque a muchos les conste que son fantasmagorías, promesas que de tan populosas oscurecen el cielo, o realidades muy fragmentarias. Pero la comunicación -se piensa- es en la sociedad de masas, el adecuado sustituto de la democracia. Y esto supone la supresión continua de espacios libres de expresión, y los intentos de linchamiento moral de los disidentes. El gobierno tiene el control de los Medios, y se afana en la construcción de la Imagen de una Persona a costa del desvanecimiento de los demás. Aquí, en este punto el afán de la modernización va de la mano con el culto a la personalidad. No recuerdo etapa alguna del México contemporáneo donde la adulación haya intervenido de modo tan predominante. Se adula al gobernante como el trámite indispensable de acceso a lo moderno. ¡Salve oh Sol Inmarcesible, principio y fin de nuestro tránsito a la democracia!

La vehemencia con que se quiere imponer la Imagen, obliga de nuevo a despoltizar, de manera inexorable la televisión. Si la Imagen

Unica va a resplandecer, es preciso que no se permita, ni muy insinuada, la crítica. Y la paradoja se disemina: si se consolida la Imagen, se pospone indefinidamente, desde la perspectiva estatal, la cultura política democrática. (En rigor, no hay tal paradoja. La implantación del autoritarismo en nuestros días, precisa del cortejo tecnológico.)

Y, además, construir la sola Imagen implica el sometimiento a las reglas del juego del medio. La televisión mexicana, en acatamiento de su propia tradición, no admite en lo mínimo la discusión de temas complejos, o que así lo parezcan. Y el gobierno se rehusa por lo mismo a presentar allí explicaciones o debates sobre la renegociación de la deuda, la tributación fiscal, las razones de la Secretaría del Trabajo contra las huelgas, las relaciones de la Iglesia católica y el Estado, el significado de la apertura comercial. Eso en televisión no procede, se decreta. Y el gobierno, al actuar así, no sólo cancela en lo explicativo su propia democratización (si la hubiese). También banaliza la construcción de la Imagen Sobresaliente, que parece no responder a proceso alguno.

Pese a lo anterior, y sin embargo, hay elementos que evitan el pesimismo drástico, sobre todo si se mide la situación actual con la existente hace cinco años. Por ejemplo, en la radio capitalina es extraordinario, por comparación, el nivel de libertad de expresión. Y hay en todo el país publicaciones críticas, a semejanza de *Proceso*, que fomentan el reportaje de investigación. Y existen grupos de periodismo en video, como el que dirige Carlos Mendoza. Y aun si en su conjunto, la alternativa aún no es muy visible, la cultura política democrática se ha beneficiado de modo enorme de las ventajas de la comunicación. Se empieza a penas, pero el proceso es irreversible.