

Editorial

Estamos asistiendo a una nueva campaña electoral, en la que, aparentemente, muchos de los rasgos de las campañas anteriores se repiten. No, obstante actualmente se pone en evidencia una serie de rasgos que nos suscitan una serias de inquietudes.

¿Qué podemos pensar de una propaganda política que pretende fundarse en la recuperación de los valores? ¿Podemos esperar que puedan ser respuestas adecuadas a los problemas por los que atraviesa la sociedad salvadoreña? ¿Qué alianzas cabría esperar que se establecieran entre los diversos grupos que se disputan el poder y algunas organizaciones de la sociedad civil? ¿Qué peligros podría acarrear el tomar como bandera política un grupo determinado de valores? ¿Cuál es la coyuntura que sirve de caldo de cultivo para una propuesta política orientada en este sentido? Y, finalmente, se están tomando en serio los valores que se pretende rescatar o se trata, más bien, de un mero recurso de la peor de las politiquerías?

Creemos que para esclarecer esta serie de inquietudes debemos comenzar por el análisis de dos fenómenos que pueden perfectamente servir de contexto para una efectiva puesta en marcha de una propaganda electoral como la diseñada en la actualidad.

No podemos pretender ingenuamente que la ausencia de propuestas, que algunos analistas políticos echan en falta en la actual propaganda electoral, se deba a que no se comprendan los graves problemas por los que atraviesa la sociedad salvadoreña. Más, bien se trata de una propaganda muy bien orquestada, orientada fundamentalmente por el afán de seguirse manteniendo en el poder.

Y el contexto, muy bien analizado por los estrategas políticos de turno, es propicio para la puesta en marcha de dicho diseño político.

De este contexto sobresalen, como decíamos, dos aspectos: el primero es la situación de miedo en la que se encuentra la población, no solamente a nivel local, sino a nivel internacional. El, miedo es un aspecto que está impregnando la vida de todas las sociedades. Todos, tenemos miedo a todos: el Cristianismo le teme al Islam, el Islam le teme al cristianismo, los capitalistas temen a los comunistas, los comunistas temen a los capitalistas, las sociedades pequeñas le temen a las sociedades grandes, los católicos le temen a los evangélicos, y los evangélicos le temen a los católicos... Todos, queremos defender la pequeña parcela que nos da identidad y seguridad, frente a la contundencia y a la imposición de unos valores que identificamos como ajenos a la propia idiosincrasia.

El segundo aspecto que hay que tener presente es el fenómeno masivo del rebrote religioso. Podemos, afirmar sin equivocarnos que los hombres y mujeres actuales hambread de religión.

Frente a este contexto, y tomándolo exhaustivamente en cuenta, es fácil constatar que la política o los políticos tiendan a establecer alianzas, tanto con sectores de la iglesia católica como con sectores de las denominadas iglesias evangélicas y para- evangélicas. Las iglesias, muchas veces, tienen una respuesta a lo que hemos denominado hambre de religión, y son espacios privilegiados que ofrecen seguridad ante la inseguridad y el miedo que invade nuestras sociedades. Las alianzas que se están construyendo son tácticas, en las que ambos sectores buscan beneficios: por el lado de algunas iglesias se busca que el partido ganador, no se entrometa en sus esferas de competencia, mientras que por el lado de los políticos se busca un nicho potencial de votantes.

Sin embargo esta alianza político-religiosa, con los tintes moralizantes con los que se está presentando, agudiza una serie de problemas sobre los que vale la pena reflexionar.

Para verlos basta con que analicemos el modo como se está manejando la propaganda política en los medios de comunicación masiva. El esfuerzo está orientado, sistemáticamente, a deslegitimar al adversario político. Evidentemente para deslegitimar a alguien se parte del presupuesto de que el deslegitimador está legitimado para hacerlo. Eso supone que tiene la razón respecto a lo que dice, y por tenerla está capacitado para erigirse en criterio de cómo deben ser las cosas.

Lo que ocurre es que una actitud del modo como ha sido descrita difícilmente puede propiciar el diálogo. La propaganda política tal y como está orquestada no permite el diálogo, porque no ve al oponente político como alguien con el que hay que dialogar, sino como alguien a quien hay que vencer y hacer desaparecer de la escena. Ve en el otro un enemigo que hay que combatir, y precisamente por ello es que se observa tanta obstinación. Esta, actitud es la que Hans Küng llama fundamentalista: "El fundamentalista es una persona que adopta una visión exclusiva de la verdad. Esta luego se desarrolla en una especie de fanatismo que lo hace ver el mundo, fuera de su pequeño círculo, como enemigos. El fundamentalismo se manifiesta como una intransigencia frente a la opinión, modo de vida o cultura de los demás. El fundamentalista no razona, no evalúa, no dialoga. Su método exige consistencia con su verdad y simplicidad".

Y por ello es peligroso que la población pueda estar creyendo que lo que mejor da cuenta de la realidad, es esa radical dualidad entre el bien y el mal. Y, por lo tanto, creer que todo está permitido, siempre que lo que se pretenda sea luchar contra el mal, ignorando que los problemas del país siguen sin resolverse. No creemos que una campaña política, por el hecho de estar montada sobre algunos valores, tomados ellos subjetivamente, pueda responder a los problemas de la vida nacional, que no sólo por diseñar una propaganda montada sobre algunos valores, se responda eficientemente a la problemática nacional. Se tiene la impresión, más bien, de que hay una profunda desconexión entre los valores que se propugnan y la grave crisis a la que no se ha podido responder. Por lo tanto la ciudadanía tiene que estar consciente de que se vota no porque se tenga miedo a que el oponente conquiste el poder político o que se vote porque un candidato dice creer en tales o cuáles valores, sino que hay que atender, prioritariamente, a si se está respondiendo adecuadamente a la realidad nacional.

Julio 2008