

Vivir en el escándalo (1)

Juan Antonio Isla Estrada

- Un comunicólogo como el subcomandante Marcos puso la primera piedra de una cadena de escándalos políticos que se suceden en el país semana a semana.
- Ruido mediático e impunidad, los ingredientes de la tragicomedia nacional.
- Los mexicanos hemos perdido capacidad de asombro y padecemos un 'alzheimer' cultural.

El primero de enero de 1994 un ex profesor de la carrera de comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana tuvo que salir de las aulas y entrar a la selva lacandona para dar su lección más importante: declarar la guerra al Estado mexicano fue un golpe mediático que estremeció a la opinión pública de México y dio la vuelta al mundo.

Rafael Sebastián Guillén Vicente, conocido como el subcomandante Marcos, sabía muy bien que la difusión de la existencia de una guerrilla zapatista en la selva chiapaneca era una nota que aseguraba un impacto en todos los medios de comunicación del planeta.

Más que un guerrillero, el 'sub' ha sido un excelente manipulador de los medios y un escritor interesante. Como narrador, combina su estilo parabólico, lleno de humor y romanticismo, como una manera de apartarse de una realidad dolorosa que es el motivo principal de su lucha. Y, en lugar de hacer disparos al aire o tirar al blanco, prefiere escribir todos los días porque como ya lo dijo en el título de uno de sus libros: "Nuestra arma es nuestra palabra".

Marcos aguarda el momento oportuno para hacer estallar sus declaraciones. Se ha convertido en un maestro de la coyuntura mediática y maneja a través de comunicados, entrevistas, anuncios espectaculares a los medios nacionales e internacionales. Estamos hablando del iniciador de los escándalos políticos de la postmodernidad mexicana y de un ejemplo de especialista en el dominio de la oportunidad para llamar la atención y hacer ruido.

Hacer ruido parece ser el lema de quienes sueltan los petardos para atraer y distraer a la opinión pública. El ruido tiene que ser político y ser acompañado de la 'nota roja'. El levantamiento zapatista no hubiera despertado tanto interés si no hay unos cuantos muertitos de por medio y la afrenta al gobierno. El sensacionalismo es entonces elemento indispensable. Premisa *sine qua non*. Y delito-impunidad es el binomio que adereza este nuevo fenómeno de la cultura nacional que está llegando para quedarse en forma de escándalo político.

Pero existe un elemento más. El escándalo es pasajero e intermitente. Uno sucede al otro. Es un eslabón sin fin. Hoy un escándalo subsume al anterior y mañana aquél deja de serlo porque aparece uno nuevo. Estamos frente a un sistema político (con sus asesores y publicistas) como máquina generadora de ruido y ante una opinión pública consumidora de estridencias.

El asesinato de Colosio arrebató las primeras planas a los insurgentes chiapanecos, el dedazo de Zedillo hizo que se olvidara momentáneamente el crimen contra el candidato priísta. Aquella nota reapareció con la confusión de varios asesinatos en la escena del crimen, el desconcierto estuvo acompañado de contradicciones en la

investigación oficial (que si acción concertada o que si asesino solitario). Fernández de Cevallos empujó a Zedillo. Había que desaparecer al panista de los medios. Y así, infinita y apasionante, la cadena de estrategias mediáticas. Como si los efectos fueran atrapar a los espectadores en una historia televisiva de amor y odio, ambición y poder.

La característica de este estilo de vida nacional es que todos estamos de acuerdo con que una nota nueva subsume a la anterior, aunque aquella aparezca de nuevo (¿cuántas veces no ha regresado Marcos cuando ya todo el mundo lo había olvidado?). Es como un pastel de hojaldre. Una capa encima de otra. La de arriba oculta a la de abajo. La avaricia social por la estridencia es insaciable. A su vez, los autores del ruido mediático se han vuelto incansables productores de notas amarillas y rojas y han convertido a la oportunidad de los montajes propagandísticos en una especialidad. Y en medio los medios.

La nota de ayer es vieja. Hay que buscar la nueva. Es un fenómeno de mercado, es una simple cuestión de comercio y ganancia. La renovación de los titulares que venden más hace necesaria la búsqueda del sensacionalismo y eso es lo que aprovechan los publicistas expertos en 'guerra sucia', especializados en obligar al olvido social sobre lo que ayer había sido asombroso e inquietante.

La corrupción y la impunidad son la sustancia favorita de los medios y los estrategas. Y como consecuencia natural de ese contubernio: el fenómeno social de la desmemoria colectiva. ¿En donde están los protagonistas de los videoescándalos?, ¿que fue del señor de las ligas y del jugador compulsivo?, ¿en donde quedaron las escandalosas propiedades de Arturo Montiel y la pareja presidencial?, ¿qué es del caso de los delitos detrás de las ganancias ilegales de los hermanos Bribiesca?, ¿dónde quedó el delincuente electoral Vicente Fox?, ¿le regresaron sus dólares al inocente Raúl Salinas de Gortari?, ¿y quién fue el autor de la muerte de su hermano Enrique? , ¿donde están los quinientos millones de pesos que supuestamente se voló 'Napito'? ¿y las muertas de Juárez, los beneficiarios del Fobaproa, los periodistas desaparecidos y asesinados, los cómplices del chino, los subterráneos del EPR? Etcétera, etcétera.

La lista de corrupciones presentes y verdades y juzgadores ausentes sería infinita. Alrededor: el escándalo, la frivolidad, el olvido. El estruendo mediático produce que cada vez los mexicanos perdemos capacidad de asombro y perdamos la memoria. El comunicólogo Javier Esteinou (citado en un artículo de Lawrence Pantin "...Y nunca pasa nada", *Reforma*-15 de julio 2007)) describe así el fenómeno de los medios de comunicación que producen las nuevas capas del pastel de hojaldre: 'un alzheimer cultural que consiste en olvidarse de lo más importante para siempre estar informados de lo efímero, lo superficial y lo coyuntural'. Seguiremos con el tema.

<http://www.JuanAntoniolsa.com>