

## PSEUDOEVENTOS Y PSEUDOPOLÍTICA

*Jesús Silva-Herzog Márquez*

¡Qué niño más hermoso!, le dice el amigo a la madre. Eso no es nada, le contesta la mamá, muy orgullosa. Deberías ver sus fotos. La fotografía aparece a los ojos de la madre, infinitamente más bella que el rostro de su hijo. Este es el despotismo de la imagen que describe Daniel Boorstin en su libro *The Image*, (Vintage Books, 1992). Así, lo que importa de la realidad, no es lo que sucede sino cómo sale en las fotos. Nos conectamos al mundo a través de las imágenes, no de los cuerpos. Nos inundan los pseudoeventos, dice el extraordinario historiador norteamericano. Los publirrelacionistas adoran estos acontecimientos vacíos. Han hecho profesión de estos dizque eventos. Supongamos que tenemos un restorán que tiene cinco meses de haber abierto y no logra conseguir la clientela que esperaba. ¿Qué hacer? Uno podría pensar que la respuesta sería contratar un nuevo chef, cambiar los muebles y la iluminación para hacer el lugar más agradable, pintar las paredes, mejorar el servicio y la calidad de la comida. Un genio de la publicidad tendría una mejor idea: hacer una fiesta por los primeros cinco meses del restorán. Se forma un comité, se invita a gente importante, se le da sitio a la prensa para el gran evento que celebra los primeros cinco meses de gran éxito del restorán. Habrá fotos, reportajes en la prensa, un anuncio en la televisión en el que se festeja el renombre del magnífico sitio. El prestigio que no ha ganado con su servicio, lo ganará con una buena campaña de publicidad, con la manufactura de un buen pseudoevento.

Los pseudoeventos son eventos falsos, en los que nada acontece. Siguiendo a Boorstin podemos precisar sus características. No son espontáneos: alguien los planea muy bien con el objetivo de que sean recogidos por la prensa y engrandezcan el prestigio de quien los conduce. Su éxito, por lo tanto, no se mide por sus consecuencias prácticas sino por la extensión y la calidad de su cobertura periodística. Un pseudoevento engendra pseudoeventos en progresión geométrica. De pronto vemos que un periodista comenta lo que alguien dijo en relación a lo que leyó el otro día en el periódico sobre la fabulosa fiesta del mejor restorán del momento. El restorán se ha hecho famoso... y la comida sigue tan mala como al principio.

¡Qué gobierno más ineficaz!, le dice el crítico al optimista. Cinco meses y ni un orgullo. ¿Qué importa eso?, le contesta el optimista. Sus informes son buenísimos. No te fijes en las políticas del Presidente, mira sus fotos. El gobierno tiene el mismo publirrelacionista que el gerente del restorán. Cree que para salir de un serio aprieto político, lo que hay que hacer es crear pseudoeventos. Por eso nos amenaza con informarnos cada tres meses de las hazañas de su gobierno, por el amable conducto de la prensa. El gobierno empieza a mostrarse torpe, reiterativo, agobiado, ineficaz. Y ante las dificultades, nos promete más discursos. ¡Brillante diagnóstico! Resolver la improductividad política con más palabras del Presidente. Al parecer, según los consejeros presidenciales, Vicente Fox habla poco y hay que imaginar formas para que hable un poco más. El diagnóstico será que el problema del gobierno federal es que comunica poco y que, por tanto, hay que encontrar espacios para que nuestro tímido y discreto Presidente se atreva a tomar la palabra. Claro: gobernar es informar que se gobierna.

Desde luego, el evento virtual está bien montado: el escenario escogido con esmero, el vestuario sobrio, una bonita corbata, el tono de lectura acompasado y con buena voz. El gobierno de Vicente Fox se ha especializado en la manufactura de pseudoeventos. A los espléndidos pseudoacontecimientos chabacanos (sus programas de radio en los que sus ministros alternan con Chabelo) ahora ha encontrado un pseudoevento paralelo que reforzará la dignidad presidencial (su informe trimestral). De hoy en adelante el gobierno estará dirigido administrativamente a producir insumos para los informes y no perderá el tiempo en dar respuesta a las demandas sociales o en armar las coaliciones necesarias que necesita para sacar adelante sus proyectos. Si el Presidente va a informar cada tres meses de los resultados de su gestión y los secretarios de Estado lo harán mensualmente, debemos pensar que los subsecretarios presentarán informes quincenales y los directores generales informes semanales y los directores informes diarios. Los jefes de oficina tendrían el honroso encargo de

informar permanentemente lo que hacen, es decir, informarán todo el tiempo que están informando todo el tiempo. Vicente Fox dirá dentro de seis meses: en la Secretaría de Turismo se presentaron 2 mil 456 informes que integran un total de 34 mil 556 páginas. Nunca en la historia de esta dependencia se había realizado un esfuerzo tan profundo de democratización de la información. Ya no es como antes. La transparencia se habrá instaurado plenamente. El gobierno podrá informar muy satisfecho: no hemos hecho nada estos tres meses, pero hemos informado puntualmente a la ciudadanía de todos los informes que hemos presentado.

La producción en masa de pseudoeventos sostiene una pseudopolítica. Dedicado a cultivar la popularidad del presidente Fox, como si ésta fuera su tarea única, el gobierno olvida lo elemental: la necesidad de conseguir acuerdos y lograr resultados. El Presidente dedica buena parte de su tiempo a defender a sus colaboradores de la crítica, pero no ha sido bien servido por ellos: no leen la ley para él y permiten que el gobierno constituya órganos ilegales; no siguen con atención el proceso legislativo en la iniciativa más importante del despegue de su administración y le permiten felicitar a quien le ha dado una patada; no cultivan un trato digno y productivo con su partido y dejan que la distancia que los separa se extienda. La de Fox es una pseudopolítica porque, si bien tiene una estrategia de comunicación (por deteriorada que esté), carece de una estrategia de gobernación. Sigue cultivando imágenes, sigue sin tejer la eficacia.

El gobierno no necesita una nueva campaña publicitaria. Necesita cambiar el menú o al chef. Le hace falta lo que no ha tenido: una política para la gobernación democrática que vaya más allá de los correctos discursos de la ciudadanización y el consenso, y que sea capaz de hacerse cargo de los pormenores de la gestión política en un contexto pluralista. La gobernabilidad está en los detalles. Y el problema central de esta administración es que carece de técnicos del pormenor, que no tiene expertos en el detalle. Podría el jefe del Gobierno olvidarse de estos pormenores si tuviera un encargado de la política interna que fuera capaz de seguir todos los hilos del mando, que siguiera muy de cerca las muchas canchas de la política y que fuera capaz de informar puntual y responsablemente al Presidente. Pero no tiene esa figura y por eso vemos que la sopa se cae una y otra vez en el trayecto del plato a la boca.

Pero no hay que ser pesimistas: faltan menos de tres meses para el siguiente informe presidencial.

*Tomado del Periódico Reforma*