

Las nuevas tecnologías de comunicación y su papel en la creación de agendas políticas

EDGAR GÓMEZ CRUZ (*)
ESPECIAL / FILO DE PALABRA / CS & P

Mediatización de la realidad: ¿hacia una nueva política?

Mucho se ha hablado ya del papel tan importante que juegan los medios en el desarrollo de la política moderna, no sólo como homogenizadores de la agenda política, sino como verdaderos protagonistas de ella. Como menciona Trejo Delarbe (2001): "La política no existe —al menos como actividad que requiere del consenso social— si no es con el concurso de los medios de comunicación" (p. 31). Sería difícil en estos momentos contradecir el hecho de los medios de comunicación masiva, en especial la televisión siguen siendo la principal fuente de información para el grueso de la población. Sin embargo, el panorama va cambiando poco a poco con lo que se ha denominado "*Nuevas Tecnologías de la Comunicación*"¹ (Internet, satélites, te-

léfonos celulares etc.), que aunque se relacionan en el imaginario social más con la comunicación interpersonal, tienen ciertas características y posibilidades de ser masivas (aunque los puristas no las consideren así). La política, tal como se pensaba en el siglo XIX, con conceptos como Estado y Nación, se ha visto muchas veces sacudida y rebasada por las transformaciones que ha traído consigo la incorporación de estas nuevas tecnologías, especialmente de la Internet. Casi todos los autores que revisan la Internet con relación a los aspectos políticos están de acuerdo en este punto [(Castells, 2000), (Negroponte, 1995), (Herrán 2001), (Graham 1999)]. Este último apunta: "*La potencialidad de Internet para disminuir el poder del Estado, creando esferas de actividad indiferente a éste, es a la vez una potencialidad para disminuir la autoridad del gobierno*" (p. 94).

Previo a establecer un análisis más sesudo sobre ello, es fundamental hacer una

* Profesor Filosofía y Letras. Universidad de Coima, México.

1 Aunque autores como Hamelink (1991), critican el término, no lo utilizo con una carga ideológica, sino para diferenciarlos de los medios tradicionales.

distinción de orden teórico ante esta reflexión. No estoy proponiendo, como lo hacen los deterministas tecnológicos, que sea la invención e implementación de tecnologías el motor de transformación social. Estoy de acuerdo con Castells cuando dice que *"los sistemas tecnológicos se producen socialmente y la producción social viene determinada por la cultura"* (2001, p.51). Me parece que no se debe dejar de lado, en cualquier reflexión sobre la tecnología, la complejidad de los procesos sociohistóricos, económicos y culturales en los que se insertan los avances en materia tecnológica.

Ahora bien, regresando al punto que nos interesa en estos momentos (hablar sobre los medios y su poder en la agenda), recordemos que el estudio clásico sobre establecimiento de la agenda (Agenda Setting) habla de que los medios no logran, a pesar de este poder de difusión que tienen, decirle a la gente qué pensar; Lo que sí logran es decirle a las personas sobre qué deben de pensar (McCombs y Shaw, 1991). Es decir, los medios proponen una agenda de temas relevantes en la actualidad, y esta temática puede ser estudiada en general, la mayoría de estudios toma especial interés en los temas políticos. Es decir, lo que los noticieros proponen como preocupaciones sobre la realidad social. De ahí los estudios que se han desarrollado en esta línea en todos estos años. Ahora bien, esta conformación de la Agenda en el imaginario del público, puede llegar a sufrir modificaciones causadas por eventos que en princi-

pio sobrepasen la intención de los medios de incorporarlos a su propia agenda. Veremos más adelante dos procesos que fueron este caso y que representan posiciones políticas en principio extremas e incompatibles.

Nuevos medios, nuevas tecnologías, nuevos usos

Como ya había mencionado, cada vez es mayor el uso de las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación en diferentes ámbitos, especialmente la computadora y poco a poco la Internet. Podríamos decir que los niveles de dirección y organización social, así como la economía, el comercio y la producción de la mayoría de los países, ya no podrían existir sin computadoras. Asimismo, la Internet es una de las herramientas más importante en el proceso de globalización: económica y cultural. Sin embargo, no sólo los niveles económicos y sociales más elevados, y por consiguiente las personas inmersas en ellos, tienen acceso a este tipo de tecnologías (aunque existe una visible y preocupante brecha tecnológica, entre ricos y pobres y entre países del norte y del sur, que no se debe pasar por alto en esta reflexión).

Sin duda una de las claves de la intensa penetración de estas nuevas tecnologías es que su costo se ha reducido considerablemente (mientras que la potencia cada vez es mayor), al punto que es muy fácil adquirir no sólo equipos de cómputo, sino implementos tecnológicos a un precio muy

reducido. O no necesariamente adquirirlo para el hogar o uso personal sino que, cada vez más, las instituciones adquieren equipo: las universidades, las oficinas, las bibliotecas públicas y en países no desarrollados los famosos cibercafés donde por un precio razonable se puede tener acceso a los equipos de cómputo conectados a Internet (por supuesto no exclusivos de estos países pero sí más relevantes por ser la única opción para muchos jóvenes). De aquí, la posibilidad para un sector amplio de la sociedad, especialmente constituido por muchos jóvenes, de tener acceso, además de a computadoras, a cámaras de video, modems, impresoras, máquinas de fax etc. Ahora bien, las posibilidades de esta tecnología son inmensas, al punto que la computadora y la Internet se han convertido en las principales herramientas de creación, procesamiento y difusión de información en todos los niveles de la sociedad.

Regresando a la cuestión política, y con base en la pequeña reflexión que se ha esbozado en torno a la tecnología informática (y telemática), podríamos decir que

Asimismo, la Internet es una de las herramientas más importantes en el proceso de globalización: económica y cultural. Sin embargo, no sólo los niveles económicos y sociales más elevados y, por consiguiente, las personas inmersas en ellos, tienen acceso a este tipo de tecnologías

la relación que habían formado los medios tradicionales con el proceso de comunicación en su sentido más amplio, unidireccional y de unos pocos a la mayoría (además de la cuestión ideológica que se le imputa a los medios como estandarizadores, imperialistas y atados al desarrollo capitalista), se ve complejizada

por la emergencia de las nuevas tecnologías de la comunicación. No sólo por el hecho de la convergencia tecnológica que hace posible ver televisión, escuchar radio, ver películas y leer el periódico en la computadora, sino que cada vez más el mundo del llamado ciberespacio se torna un elemento cotidiano en las

noticias y programas varios, es decir en parte de su agenda. Incluso algunos noticieros (específicamente "*Hechos*", de TVAzteca en México) emulan un menú computacional al momento de decir las noticias. Sin embargo, lo más interesante de esta "revolución" informática en relación a los medios es que vemos ahora que, gracias al uso de la informática y la Internet, es cada vez más común que los "receptores" se conviertan también en "emisores". La posibilidad para muchas personas (en especial jóvenes, de clase

media alta y especialmente varones, según los estudios demográficos de Internet, aunque poco a poco se van nivelando estas cifras) de ser “creadores” de contenidos es una realidad sobre la que se basa el éxito del ciberespacio. Existen varias formas de pasar de ser, receptores a emisores o creadores. La más común y vistosa sería quizá la creación y mantenimiento de páginas Web, en donde los individuos, con una serie de herramientas informáticas cada vez más sencillas de utilizar y fáciles de conseguir, pueden elaborar una serie de contenidos y difundirlos a potencialmente millones de personas. Estos contenidos pueden ser por un lado (y suelen serlo por desgracia) reproducciones de los ya propuestos por los medios: páginas de fans de algún artista, programa, película etc. de artistas mismos, o simplemente ser una presentación multimedia personal por Internet, páginas que suelen hablar de las personas en sí, de sus gustos y aficiones, y normalmente incluyen una serie de imágenes sobre ellas o sobre dichos gustos y aficiones. Sin embargo, lo que me parece relevante a la luz del análisis que intento hacer es el hecho de que muchas de estas páginas sirven para incluir contenidos políticos, opiniones serias, propuestas culturales o de organización, artísticas y lúdicas, que en algún momento pueden convertirse en un verdadero foro de expresión civil, personal, popular y masivo a la vez. Ahora bien, no sólo es la creación de páginas Web lo que hace que la Internet sea un medio por el que fluyen ideologías. Los correos electrónicos, los foros de noticias, los grupos

de discusión e incluso los “chats”, son también ágoras de intercambio de ideas de una sociedad cada vez más compleja y globalizada, con la ventaja de poder ser transnacionales, interculturales y, en cierta medida, libres de controles gubernamentales, ideológicos o políticos. Esta transformación en el uso de la tecnología, y la transformación que a su vez surge de ella, va de la mano de un cambio estructural en las sociedades modernas. Como dice Castells, “*en la realidad los individuos están reconstruyendo el modelo de interacción social con la ayuda de las nuevas posibilidades tecnológicas para crear un nuevo modelo de sociedad: la sociedad red*” (2001, p.154). Por ello, autores como Poster (2001) y Graham (1999) apuntan las posibilidades que como instrumento democratizador tiene Internet. Este mismo autor menciona que esto se debe a que estas tecnologías acercan el modelo social (y con ello se hace regresar a su concepción primaria) a la democracia directa (al estilo de la Grecia antigua), en lugar de a la democracia representativa que es la forma de organización social más extendida, debido en parte al crecimiento de la población que hace imposible, logísticamente, la participación todo el tiempo de toda la población en los asuntos políticos. Por ello, la Internet empieza a conformarse, junto con la idea de la organización en red, como el instrumento clave en este retorno a la comunicación primaria sin perder la complejidad de las sociedades modernas. Una reflexión sobre estas etapas de relación, entre la comunicación, la política y el desarrollo social la

aporta Galindo (1996), quien establece una "tipología posible de la pluralidad societal (...) comunidad de información (mundo antiguo), sociedad de información (mundo histórico), sociedad de comunicación (desde la modernidad y hasta el siglo XXI) y comunidad de comunicación (mundo posible)" (p. 9-10). Por ello, aunque el principal uso de las tecnologías de la comunicación en la actualidad sea lo relacionado con el comercio y los procesos económicos, es precisamente este medio el que permite que se construyan vínculos de transmisión de ideas y energías que hacen fluir el sistema, como lo apunta García Canclini (2000): "El mercado no puede crear vínculos sociales, esto es entre sujetos, pues estos se constituyen en procesos de comunicación de sentido, y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas... vanescentes que sólo engendran satisfacciones o frustraciones pero nunca sentido." (p.197)

Ahora bien, si estamos de acuerdo con las posibilidades que la tecnología aporta como vehículo de comunicación horizontal, transcultural y transnacional (insisto, a pesar de las grandes diferencias no sólo de acceso, sino de conocimiento, por no decir de recursos básicos para la supervivencia de muchos millones de personas y de decenas de países), podríamos pensar que, a pesar de ser dos de los elementos más importantes del nuevo desarrollo a nivel global, las computadoras y la Internet

podrían ser agentes de cambio en la relación de poder social, que ha estado, históricamente comandado por el Estado y por su eterno guardaespalda, los medios de comunicación, en últimos tiempos por los procesos macroeconómicos disfrazados de globalización. Ahí radica, por ejemplo, la dificultad de establecer una legislación internacional en torno a Internet, porque su estructura básica contradice la idea de una limitación regida por espacios estatales y nacionales.

Organización en Red e Internet: ¿cultura o contracultura?

Diversos autores proponen y analizan el papel protagónico de los movimientos contraculturales en el desarrollo de los sistemas electrónicos e informáticos modernos, en específico la Internet (Reinghold 1995) y (Brand 1995). Una historia muy completa de ello la documenta Castells (2001) quien apunta que, a pesar de haber sido un organismo militar el que financió y apoyó la creación de redes informáticas, como una alternativa de comunicación descentralizada ante un posible ataque enemigo, en realidad fueron los estudiantes, académicos y entusiastas del naciente mundo de la computación los que dotaron a Internet de su carácter libre y abierto. Se trata de esos que Castells denomina Hackers (aunque él mismo señala que se ha ido perdiendo el significado original de la palabra para convertirse en un término negativo), que se caracterizan por haber construido "un

sistema simbólico de personas y ordenadores que interactúan a través de Internet” (p. 66). Sin detenerme mucho en la historia de cómo se desarrolló Internet y que es, por demás, interesante, vale la pena mencionar que estos Hackers de los que habla Castells en lugar de convertir el conocimiento incipiente sobre los sistemas tecnológicos que apenas iban desarrollándose, lo que hicieron fue abrir sus descubrimientos y creaciones para que otros las utilizaran y las mejoraran, haciendo verdaderamente de la Internet un terreno democrático de experimentación y juego que desembocó en un crecimiento exponencial de sus posibilidades en muy corto tiempo. La creación colectiva del sistema operativo Linux es un buen ejemplo de ello. (Cfr. Castells 2001).

Aunque la tecnología ha sido atacada por contribuir a mantener las condiciones económicas prevalecientes en el planeta, y por ser la herramienta básica de la homogenización de la cultura, entre muchas otras críticas (crf. Hamelink 1991), coincido con aquellos que piensan que la tecnología no es de facto ni buena ni mala. Lo interesante de los nuevos sistemas de comunicación, en lo que se refiere a este análisis, es el terreno simbólico. Es precisamente ahí donde se observa que el carácter de estos nuevos instrumentos, más que neutral, es de doble filo. Me parece, más allá de los fines para los cuales haya sido creada o del desarrollo del que surge, que la tecnología es simplemente una herramienta para los usos que de ella dispongan personas con ideologías, sueños,



Catarsis. Fotografía collage.

defectos y virtudes (aunque su desarrollo sea dado como consecuencia de condiciones socioculturales e históricas específicas y el acceso a ella siga siendo restringido y elitista). Como lo menciona Castells (2001): “*Mientras que los investigadores militares y los pacifistas activistas podrían tener el mismo equipo de cómputo personal en sus escritorios y mandar información utilizando los mismos protocolos, ellos están continuamente construyendo y deconstruyendo el ciberespacio. Cada pieza de Hardware y software es sujeto de la subversión a los propósitos para los cuales fue designado.*” (p. 5)

Pero no sólo eso, sino que al ser un terreno relativamente nuevo, sobre todo la Internet y específicamente el ciberespacio, es una arena de luchas simbólicas (en la tradición de Bourdieu) que podría tener una dinámica diferente que las luchas entre norte-sur y periferia-centro. Como lo men-



Parte del mural de Enrique Bostelmann

ciona García Canclini, cuando habla de que la acción de los movimientos de resistencia a la globalización *"no se extiende como simple resistencia en oposición a los movimientos globales, sino montándose sobre sus ambivalencias y contradicciones para proliferar junto con ellos"* (2000, p.51). Por ello, aunque por un lado la Internet es una de las herramientas clave de la globalización capitalista, es quizá también una de las herramientas principales de aquéllos que se oponen a ella. Existen diversos ejemplos para ilustrar dicha afirmación², y no solamente en organizaciones estructuradas y establecidas (como podría ser el caso de Greenpeace), sino en situaciones en las que la sociedad civil se ha visto amenazada por el poder estatal e incluso global. Quizá los más conocidos sean: las protestas de los estudiantes

de la plaza de Tiananmen (que irónicamente se llama Plaza de la Paz Celestial) en China, en donde gracias al uso de la tecnología comunicacional, se pudieron difundir en el mundo las acciones de violenta represión del gobierno contra ellos. Otra más sería la de los habitantes de Serbia y Croacia, que mediante mensajes de correo electrónico hicieron que no sólo fuera la voz de CNN la que informara de los acontecimientos en los que estaba involucrada la OTAN (como sucedió con la "Guerra del Golfo") sino que la comunidad internacional pudiera estar en contacto con la situación, tal como la vivía en realidad, la población afectada; y el otro, que incluso ha sido capaz de transformar las agendas mediáticas mundiales por su capacidad de organización y movilización, es el movimiento globalifóbico (que en realidad se compone de innumerables nodos en una infinidad de países), al grado que la última conferencia del Foro Mundial de Comercio en Nueva York tuvo una considerable competencia en cobertura (guardando las distancias, claro está) por el foro en Porto Alegre, que como diría Galeano, "es como el foro de Davos pero al revés." En cuanto a organizaciones no gubernamentales que han entendido la importancia de estos nuevos medios, y que si bien no representan necesariamente movimientos contraculturales sí lo son de reivindicación de derechos civiles, podríamos hablar de Greenpeace, antes mencionada, o

2 El análisis profundo y claro de tres movimientos contraculturales que han utilizado las tecnologías como medio de organización, se pueden encontrar en Castells (2001 2).

de las asociaciones de mujeres que se organizan en red, por mencionar a dos de los más exitosos. Dichas organizaciones, que no se basan en la interacción en línea y que tienen una complejidad en su estructura, usan la Internet el medio como el medio más común para la comunicación entre sus miembros. Algunos objetores podrían hablar de que el peligro recaería en que este tipo de organización social puede dar pie a movimientos de corte fascista o terrorista (como está tan de moda en el imaginario social). Y aunque esto es tristemente cierto, como ejemplo basta lo sucedido el 11 de septiembre en Estados Unidos, el punto se afianza al decir que el papel de los gobiernos y el Estado es cada vez menor en el control que se tiene en la incidencia ideológica y el control informativo, desembocando así en un menor control sobre la organización de la sociedad civil. Ahora bien, habría que hacer hincapié en el hecho de que no es el uso de dichas tecnologías lo que ha puesto en entredicho el papel del Estado en las decisiones de dirección nacionales, tanto como los procesos económicos, que se han erigido, con las banderas de la globalización y el neoliberalismo, en los verdaderos comandantes de los procesos sociales, trayendo consigo la implementación de las tecnologías de comunicación, incluso como un elemento más en la constitución de esta nueva esfera de poder.

Los medios masivos de comunicación tradicionales (la televisión, el radio y la prensa sobre todo) siguen siendo parte esencial en el proceso de conformación del poder,

en el establecimiento de la agenda, y como protagonistas de las luchas simbólicas y de poder a nivel político.

Si bien las tecnologías, como las armas, pueden ser instrumentos imperialistas o liberadores, en realidad su uso difundido apunta más en dirección a una sociedad de consumo que a un camino hacia una sociedad más democrática, participativa y justa, aunque me parece que pueden servir también a estos fines. De ahí el interés en analizar dos ejemplos para ilustrar esta doble cara de las tecnologías en el terreno de la política y la sociedad, tomando como base la geografía de un país latinoamericano como es México. Por un lado, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y, por otro, el actual presidente de la república, Vicente Fox. Veamos.

EZLN: la primera guerrilla tecnomediática

El EZLN se da a conocer cuando el país se preparaba para entrar de lleno en el primer mundo. Justo cuando Salinas de Gortari, el entonces presidente de México, gozaba del reconocimiento internacional y de la admiración de sus gobernados, el subcomandante Marcos y el EZLN, vestidos con pasamontañas y con 500 años de historia, colonialismo e injusticia sobre ellos, le recordaron al país, de la manera más triste que se pueda, que México tenía una deuda con su historia y con ello reivindicaron no sólo las luchas de los indígenas en el mundo sino de to-

dos aquellos que, con la caída del muro, se habían quedado desencantados del sueño socialista y de muchos más.

El surgimiento del EZLN tuvo impacto en el ámbito mundial, ya que "puso en movimiento una nueva ola de esperanza y energía entre aquellos que estaban comprometidos con la lucha por la libertad alrededor del mundo" (Cleaver, en línea, p.1). Existe una fuerte crítica a esta visión romántica, que dice que en realidad lo que posibilitó el EZLN en la figura de Marcos fue el tener un icono actual y sobre todo vivo (ante el desgastado uso de imágenes como la del Ché o de Malcolm X, que parecían incluso haberse convertido en un mero artefacto comercial). Así, según algunas de estas voces, la imagen de Zapata y de Marcos se convirtió en la imagen de "moda" entre los jóvenes del mundo y Chiapas en el lugar de culto para el turismo revolucionario. Sin entrar en discusiones sobre estas dos posturas en torno a un movimiento que considero legítimo e históricamente necesario, o más allá de hablar del proyecto político del levantamiento o

su curso en la historia del país, lo que me gustaría apuntar es el carácter revolucionario que se imprimió en el uso de las

tecnologías de la comunicación para continuar la reflexión que propongo aquí.

Tal como apunta nuevamente Cleaver:

Justo como los campesinos de Morelia (sic) bajo el liderazgo de Zapata cortaban las cercas de alambre para liberar la tierra en 1910 (Revolución Mexicana), los Hackers electrónicos han echado abajo las barreras electrónicas y han liberado la información, creando una piratería

¿De qué tenemos que pedir perdón? ¿de qué nos van a perdonar? ¿De no morirnos de hambre? ¿De no callarnos en nuestra miseria? ¿De no haber aceptado humildemente la gigantesca carga histórica de desprecio y abandono? ¿De habernos levantado en armas cuando encontramos todos los caminos cerrados? (...) ¿De luchar por la libertad, democracia y justicia? ¿De no seguir los patrones de las guerrillas anteriores?

(EZLN, 1994, pp.89-90).

subterránea de actividad libre, constantemente resbalando por debajo del control estatal y corporativo. Así también, los colonizadores del ciberespacio defienden su propio espacio contra la monopolización en otras formas, incluyendo campañas públicas, tanto legales como políticas contra los grandes negocios y el control del estado (p.4).

Revisemos un poco dicha relación entre tecnología y su uso por parte del EZLN. La estrategia en principio fue muy senci-

lla e inteligente, desde el primer momento de su vida pública, el 1° de enero de 1994, los comunicados del EZLN, fuente esencial de difusión de su ideología y lucha, fueron enviados a listas de correo electrónico, grupos de noticias e incluso a correos de personas clave de organizaciones no gubernamentales en todas partes del mundo. Estos correos contaban no sólo los pormenores de la lucha, sino las atrocidades que estaban cometiendo el gobierno, los militares y los grupos paramilitares (en su mayoría armados por el gobierno y caciques de la zona) en Chiapas. Estos correos se distribuyeron a todas aquellas personas a las que les podría interesar una situación tan delicada como la de Chiapas; personas interesadas en México, grupos pacifistas y humanitarios, personas que simpatizaban con los indígenas (porque la lucha era primordialmente por sus derechos), y a todas *"aquellas regiones políticas del ciberespacio que parecían tener miembros simpatizantes de las revueltas de base en general"* (Cleaver, en línea, p. 7), grupos feministas (por la *"ley revolucionaria de las mujeres"* que fue hecha, por las mujeres, para las mujeres y que se oponía a la sociedad patriarcal tradicional); y en general a todas las personas con un sentido humanitario y preocupadas por un suceso así. De esta manera, estos mensajes gestados en las montañas de Chiapas y enviados desde dife-

rentes puntos en México se convirtieron en innumerables botellas al mar que fueron multiplicándose, discutiéndose, traduciéndose en diferentes idiomas y encontrando eco en el mundo. Las personas que recibían estos mensajes, a su vez, los mandaban a otras y éstas a otras y éstas a otras más, de modo que el crecimiento del conocimiento a nivel global sobre la situación en México, y en especial en Chiapas, fue enorme: *"De esta manera, las palabras de los zapatistas y los mensajes de sus comunidades han sido difundidas de unas cuantas entradas a la mayoría del ciberespacio"* (p. 7). Con el paso del tiempo esta relación comunicativa se fue ampliando no sólo en el número de personas integradas en red, sino en la complejidad de los mensajes. Así, se crearon las páginas web dedicadas al movimiento entre la que destaca la página oficial del EZLN (www.ezln.org) y cientos de páginas más en diferentes idiomas de todo el mundo. Una cifra actual³ nos lleva al resultado de que existen más de 127 mil páginas dedicadas al EZLN. De esta forma, la suerte de los zapatistas ya no pudo ser la que históricamente había sido para otros movimientos sociales armados en México⁴: la destrucción y la muerte. El EZLN pudo protegerse gracias al escudo tecnológico-mediático que se formó sobre ellos y aunque:

El estado mexicano intentó bloquear

3 Utilizando el buscador Google, uno de los de la nueva generación de buscadores en Internet, realizando la búsqueda el 1 de marzo del 2002.

4 Desde el movimiento estudiantil de 1968, habían existido guerrillas y movimientos en los 70's y 80's en estados como Guerrero, Veracruz y Oaxaca, destacando el líder guerrillero Lucio Cabañas en los 70's.

el flujo de información sobre el alzamiento en Chiapas, cada bit fue flanqueado tan efectivamente como lo pudo haber sido una huelga soviética. (y aunque) pudo mantener a Televisa fuera de reportar los sucesos, no pudo prever que miles de operadores de computadoras independientes los difundirían a todos aquellos que quisieran saber (en línea, p. 4)

Aquí la metáfora bíblica toma nuevas dimensiones, pues se trata de un ejército de Davides contra un Goliath lento y que no entendía la emergencia y creciente importancia de estas nuevas tecnologías. Por otro lado, los medios tradicionales no pudieron sustraerse a un movimiento con tanta personalidad y terminaron por incorporar la información sobre lo que estaba sucediendo en Chiapas, aunque en un principio había una orden de la Secretaría de Gobernación a los medios de comunicación de no hablar del EZLN sino como un grupo de bandidos y revoltosos para que la sociedad no les diera mayor importancia ni los reconociera. Desgraciadamente, para el gobierno no sólo era un levantamiento legítimo y real sino que su líder era una figura demasiado atractiva y con un halo de misterio que sabía manejar a la perfección, por lo que el EZLN no sólo entró en la agenda mediática sino que lo hizo de la manera más contraria a los intereses del gobierno. Pero retrocedamos un poco en esta reflexión para darle un contexto.

A pesar de la personalidad tan insignificante (con un físico que ha caracteriza-

do a muchos tiranos en la historia) que tenía el entonces presidente, Carlos Salinas de Gortari, ésta fue creciendo en su período presidencial, al punto de haber sido ovacionado de pie por el Congreso de los Estados Unidos. Su sucesor, Ernesto Zedillo, era un personaje oscuro que entró como emergente por el asesinato del candidato oficial del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Luís Donaldo Colosio. En contraste, la presencia apabullante y mística de Marcos con su pipa, su pasamontañas, sus palabras precisas y sus sonrisas perfectas (para parafrasear a Silvio), hizo que la opinión pública en México (y como hemos visto no sólo en México) reencontrara al líder que había perdido con la muerte de Villa y de Zapata. Y con ello me refiero no sólo a los indígenas o a las clases desprotegidas (que en sí, es la mayoría de la opinión pública en México), sino al grueso de la población, incluyendo a hombres y mujeres de clase alta que vieron en Marcos el ideal del hombre revolucionario, del hombre intelectual e incluso el galán de moda. Esa personalidad, junto con su capacidad para utilizar la palabra escrita y unos medios que eran incontrolables para el gobierno, hicieron de Marcos y, por ende, del EZLN, figuras reconocidas a nivel mundial y por ello diversas organizaciones internacionales presionaron al gobierno mexicano para que hubiera una solución pacífica al conflicto, por lo que el gobierno no tuvo más remedio que sentarse a dialogar con un interlocutor que rebasaba por mucho su capacidad de control.

Marcos, aclamado por intelectuales de izquierda de diversos países (Alain Touraine, José Saramago, Manuel Vázquez Montalbán, etc.), y de quien Noam Chomsky dijo que si lograba alianzas “podría cambiar la historia del mundo”, fue la brillante clave de este movimiento, no sólo como ideólogo, sino por el uso excepcional de los medios a su alcance y por hacer del pasamontañas un icono de la lucha por la libertad (al igual que la boina y la barba del Ché). De hecho, cuando el gobierno destapó la identidad de Marcos como Rafael Sebastián Guillén y giró una orden de aprehensión en su contra, se llevó a cabo una manifestación pro-zapatista en la Ciudad de México en donde la consigna fue “*Todos somos Marcos*.” Por supuesto, los que gritaban esta consigna vestían un pasamontañas.

Fox; El “Hoy, Hoy, Hoy” y el marketing político

Al ganar Fox la gobernatura de Guanajuato (un estado en el centro del país), y al modificarse la legislación para que un hijo de extranjero pudiera ser presidente (dicha ley no se reformuló para él, pero Fox se benefició directamente de ello porque su madre es española), se comenzaba a perfilar como un contendiente a la presidencia en el año 2000. Su fama creció hasta llegar, efectivamente, a ganar la presidencia, arrasando con el voto joven de México y creando expectativas enormes por ser el primer presidente de la oposición en 70 años. Este

político-empresario, ex director de la Coca Cola en México y amante de la vida en el rancho, tenía una personalidad que se reconoció internacionalmente. Un hombre alto, bien parecido, con un lenguaje directo y desenfadado, Fox representaba la antítesis del político priísta. *El New York Times*, *Le Monde* y otros periódicos importantes hablaban de él como el «Marlboro Man» de México. Fox hablaba de una ideología que consistía en que:

Lo fundamental es fijar en la mente de todos los mexicanos que podemos ser un país exitoso y triunfador. Mucha de la labor de un presidente de la República tiene que ver con vender sueños y proyectos que se puedan realizar (Fox en “Proceso”).

Aunque el uso de medios de comunicación como elemento esencial de la propaganda no era nada nuevo entre los políticos mexicanos, la mercadotecnia utilizada por Fox (rebasando en presencia incluso al Partido Acción Nacional, el partido que lo postulaba) fue realmente brillante; utilizando la “V” de la victoria hecha con los dedos de la mano como logotipo, un apellido fácil de recordar y con mucha fuerza y un uso perfecto de los medios, Fox pudo llegar a la presidencia rompiendo la larga tradición unipartidista en México. Más de un periodista describió a Fox como un presidente mediático o como un “*mago de los medios*.” Sin duda, sus comerciales televisivos, su discurso coloquial y con poco protocolo, su personalidad y sobre todo su equipo de mercadotecnia y pro-

paganda, más que su proyecto político o su afiliación partidista, llevó a Fox a ser el vencedor en los comicios del 2000. Nuevamente Trejo Delarbe comenta: *"La televisión ha contribuido a que las campañas electorales sean más de imágenes que de programas políticos y más de rostros que de ideas"* (p. 33). Pero ¿cuáles fueron las claves de este uso mediático? No quisiera caer en un análisis simplista y en una mera enumeración de elementos inconexos, no es mi labor aquí establecer un análisis de la mercadotecnia utilizada, sólo quisiera detenerme en dos puntos que me parecen sumamente interesantes. En primer lugar la capacidad del equipo de Fox para desarrollar una campaña ágil, certera y que sobrepasara al partido (esto es muy importante ya que el PRI tenía una mayor fuerza como partido que el PAN. Sin embargo, Fox tenía una mayor fuerza que su partido y terminó teniéndolo más que el PRI). La Asociación Civil *"Los amigos de Fox"*, fue la clave de esta situación, ya que fue reuniendo dinero, alianzas y votos en todo el país, además de los que lograba el partido. De esta manera, fue la sociedad civil la que vertió su apuesta en este proyecto y con ello creció la presión social hacia los medios que tradicionalmente habían dado, no sólo más tiempo en pantalla, sino más apoyo al PRI. Nuevamen-

"La televisión ha contribuido a que las campañas electorales sean más de imágenes que de programas políticos y más de rostros que de ideas"

te el uso del Internet fue una pieza clave en esta organización, ya que además de la página oficial de Fox (www.vicentefox.org.mx), del PAN (www.pan.org.mx) y de los amigos de Fox (www.amigosfox.org.mx y www.amigosdefox.org.mx), había más de 16 páginas electrónicas dedicadas al candidato. También el uso del correo electrónico como medio de comunicación y difusión del trabajo colectivo nacional fue primordial. Por otro lado, estaba la capacidad de la campaña para responder a

las acciones de sus contrincantes (y del mismo Fox) y pongo un ejemplo de ello: se estaba organizando un debate entre los tres partidos mayoritarios (PRI, PAN y PRD). Los tres candidatos se reunieron en la casa de cam-

paña del PRD para dar una conferencia conjunta y ponerse de acuerdo sobre el día en que se llevaría a cabo el debate; mientras que Cárdenas y Labastida (candidatos del PRD y el PRI respectivamente) proponían una fecha posterior, para tener unos días para preparar la información, Fox, con un tono intransigente y autoritario no paraba de decir "Hoy". Los que vimos la transmisión del suceso no pudimos más que pensar que esa actitud era peligrosa, ya que los otros dos candidatos utilizaban un tono moderado y conciliador. Al otro día en la prensa, se hacía énfasis en dicha actitud e incluso se bro-

meaba con el “Hoy” enfático. El equipo de campaña, le dio un vuelco total y comenzó a utilizar la frase como un lema que se incorporó al discurso oficial, en comerciales y fue finalmente la apropiación por parte del público en general lo que hizo que un traspiés político se convirtiera, gracias al uso mediático de él, en un elemento a favor en la campaña.

“El marketing político privilegia el despliegue de frases o, mejor, imágenes contundentes. La mercadotecnia, por definición casi, esquematiza las posiciones políticas, una tendencia que se lleva bien con la discutible suposición de que estamos ante el fin de las ideologías y que implica la simplificación del debate. Más que proyectos se discuten eslóganes, o perfiles personales. Un par de minutos en televisión, propicia más votos que un recorrido por una docena de ciudades” (p.37).

Si bien no podemos pensar que fue gracias a los medios que Fox ganó la presidencia de la República, no podemos más que aceptar que mucho del voto joven de México (mayoritario y por lo tanto decisivo) se inclinó hacia Fox como candidato por el intenso uso de los medios que se incorporó en su vida cotidiana como referente cultural y simbólico. En cualquier caso, sería el tema de una investigación posterior, ya que los resultados de las que ha habido, señalan que es una cifra muy pequeña la del electorado que decide su voto en último minuto, y que la gente ya sabe por quien votará sin importar las campañas. Sin embargo, me parece que

Fox y su equipo supieron sacar provecho de los recursos de marketing político que utilizaron a fondo.

Marcos y Fox: dos personalidades, dos magos, dos proyectos

Ya hemos visto que tanto Marcos como Fox son dos personalidades atrayentes en la vida política del país, y que sus proyectos representan quizá dos extremos ideológicos. El primero, el replanteamiento de la política nacional a través de ideales democráticos, justos y libertarios, mientras que el segundo plantea un país conectado con el pulso mundial de la globalización y del neoliberalismo y que vaya hacia delante (a pesar de los rezagos internos). Es relevante preguntarse quién de los dos (si es que alguno de los dos lo hace) maneja la agenda mediática nacional. Si bien el EZLN es una institución que ya cuenta con 8 años de existencia pública, su aparición en los medios tradicionales y su simpatía pública había bajado considerablemente, mientras que Fox había estado de manera muy constante, como candidato y en el principio de su presidencia, que fue seguida incluso por la prensa internacional por ser la primera de la oposición en más de medio siglo. Fue entonces que a Marcos se le ocurrió una idea genial que volvió a poner al EZLN en primera plana. En lo que la prensa española denominó “Zapatour” Marcos, el subcomandante, junto con los comandantes del EZLN y un numeroso grupo de indígenas pertenecientes a la organización, recorrió 10 estados de la República con destino final en la Ciu-

dad de México, donde en un acto público fue recibido por miles de personas. La estocada final de dicha genialidad política la dio cuando en la sesión del Congreso de Diputados, donde después de un arduo debate les fue aceptada la entrada y la utilización como foro de expresión, Marcos se quedó adentro y la que habló fue la comandante Esther. Ella pidió que no se sorprendieran de que ella estuviera ahí porque al fin y al cabo, ella era comandante y Marcos el subcomandante, por ello se había quedado afuera, porque él obedecía. Esto se ganó el aplauso de pie de los diputados (de los que habían asistido, porque los del PAN se rehusaron a ir). Por su parte, Fox, que en campaña había dicho que de llegar a la presidencia resolvería el problema de Chiapas en 15 minutos (por lo cual fue duramente criticado), apoyó públicamente la marcha y les dio facilidades a los autobuses en los que viajaban los zapatistas. Sin embargo, la movida estratégica en los medios que estaban dando una importante cobertura a la marcha, fue que el día en que hubo el mitin en el Zócalo, las dos televisoras principales (Televisa y TVAzteca) transmitían en vivo el Concierto por la Paz (con los grupos Jaguares y Maná), y con ello restaban protagonismo a este importante suceso y por supuesto lo sacaban de la agenda de muchos jóvenes.

A manera de epílogo

Aunque la presencia, tanto de Fox como de Marcos, y el aparato publicitario de ambos ha impregnado las mentalidades y

la conciencia de los mexicanos, e incluso transformado la tradicional agenda mediática a partir del poder que tienen en la sociedad civil, ninguno de los dos o las posturas y propuestas que guían han sido capaces de estar a la altura de los retos que impone la realidad, que supera por mucho a ambos líderes, arrastrando con ello utopías y sueños de política, de liderazgo, de libertad y de justicia. Así, Fox, lleva un año en el poder sin haber hecho nada y el EZLN no ha sido capaz de erigirse en una fuerza política capaz de llevar al terreno nacional la alternativa que parecían representar. Sin embargo, me parece que estos dos ejemplos pueden servir para ilustrar el hecho de que la sociedad civil, a través, tanto de las nuevas tecnologías y de medios alternativos de comunicación como del uso correcto de los tradicionales, puede revertir la agenda que presentan los medios, que en países en vías de desarrollo han sido históricamente unilaterales, maniatados e ideológicamente comprometidos sólo con las clases dominantes. Las dos claves en estos dos ejemplos y que me parecen dignos de ser conclusiones, no como respuestas sino como preguntas pendientes, son por un lado, la organización social en red y el uso de las tecnologías para este fin; y por otro lado, la capacidad, tanto de Marcos como de Fox, de establecer simpatías y alianzas en el campo internacional que apoyaran sus causas y fueran elementos de presión externos a los sistemas políticos que cada vez menos tienen el poder absoluto (aunque desgraciadamente los Estados Uni-

dos sean ese nuevo poder supranacional). Sin embargo, vemos que la agenda mediática sobre la temática política, no ha podido convertirse en un agente de cambio por sí solo, es un reflejo de transformación y organización social que cada vez exige más a los medios (en el caso de México), aunque todavía es un tema pendiente en el panorama internacional y

una exigencia que debe ser constante. La política en tiempos de globalización ya no es cuestión únicamente de Estados-Naciones (baste el ejemplo del juicio en España a Pinochet), me parece que tenemos que tomar esto en cuenta como una forma de resistencia ideológica para, citando a los globalifóbicos, posibilitar que "haya muchos mundos posibles."

Bibliografía

- Brand, S. (1995). *We owe it all to the Hippies. Time*. (Special Issue: welcome to the Cyberspace), 145, 54-56.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. España: Plaza & Janés.
- Castells, M. (2000). *La Era de la Información* (Vol.1). *La Sociedad Red*. España: Alianza Editorial.
- Cleaver, H. (En línea 1). *The Zapatistas and the Electronic Fabric of Struggle*. <http://www.eco.utexas.edu/Homepages/Faculty/Cleaver/zaps.html>.
- Cleaver, H. (En línea 2). *The Zapatist Effect; The Internet and the rise of an Alternative Political Fabric*. <http://www.eco.utexas.edu/Homepages/Faculty/Cleaver/zapeffect.html>.
- Cleaver, H. (En línea 3). *The Zapatistas and the International Circulation of Struggle: Lessons Sugested and Problems Raised*. <http://www.eco.utexas.edu/Homepages/Faculty/Cleaver/lessons.html>.
- EZLN (2000). *Documentos y Comunicados*. (Tres tomos). México: ERA.
- García Canclini, N. (1999). *La Globalización Imaginada*. Paidós: México.
- Graham, G. (1999). *Internet. Una indagación filosófica*. España: Frónesis.
- Hamelink, C. (1991). *Información: Hacia una cultura binaria*. En: Carmen Gómez Mont (Ed.) *Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. México: Trillas.
- Herrán, M. (2001). *Medios de comunicación: Necesarias redefiniciones*. En Jorge Iván Bonilla y Gustavo Patiño (Eds.) *Comunicación y Política. Viejos conflictos, nuevos desafíos*. Colombia: CEJA.
- McCombs, M, y Shaw, (1991). *The Agenda Setting Function of Mass Media*. En David L. Protes y Maxwell McCombs (Eds.) *Agenda Setting*. LEA: New Jersey.
- Negroponte, N. (1995). *Ser Digital*. México; Océano.
- Poster, M. (2001). *Cyberdemocracy: The Internet and the Public Sphere*. En David Trend (Ed.). *Reading Digital Culture*. E.U.A.:Blackwell.
- Trejo Delarbe, R. (2001). *El Imperio del marketing político*. En Jorge Iván Bonilla y Gustavo Patiño (Eds.) *Comunicación y Política. Viejos conflictos, nuevos desafíos*. Colombia: CEJA.