

Panorama

SALCHICHAS RELLENAS DE CAVIAR

¿COMO no se han movilizado los organismos de defensa del consumidor para exigir una mayor claridad, más rigor, menos amenazas y el porcentaje real de riesgo en la oferta: «OTAN, sí», y en la contraoferta: «OTAN, no»?

Hay campañas publicitarias, impactos mediáticos, estereotipos de marca...; no hay discurso político: hay mensaje, y se mete el mensaje como sea, con tal de venderlo. «Seríamos capaces de rellenar salchichas con caviar si nos hiciera ganar dólares», dice un personaje de Norman Mailer, denunciando la polarización de la mentalidad norteamericana hacia el lucro. Pues a nuestros políticos les ocurre igual; no nos ayudan a reflexionar sobre nuestros problemas, no nos dan «su discurso», su *discurrir* sobre los temas que se plantean para que en el recorrido entre la experiencia y el dato, es decir, en el trámite decisivo, todos pudiéramos tomar parte plena, asintiendo o discrepando con conocimiento de causa, y para que del proceso político, asintiendo o discrepando, todos fuésemos coautores.

Aquí los políticos son como los narradores omniscientes de la novela decimonónica: lo saben todo, son pequeños dioses que conocen el pasado, el presente y el futuro de los personajes, no los dejan ir sueltos por el mundo, y guían también la lectura del receptor, pues traen prefabricada la moraleja. Después de las revoluciones innovadoras de la narrativa en el siglo XX, el narrador omnisciente resulta cuando menos enfadoso. Ni el personaje de ficción ni el ciudadano necesitan ya andaderas.

¿Y qué nos ofrece el «marketing» político? ¿Qué nos venden esos señores exageradamente cuidadosos de su imagen, que ensayan como las «vedettes» antes de los mítines y de los «spots» televisivos? Nos ofrecen nuestro futuro a precio de oro, con una tremenda inflación de ilusión, con la ocultación de fallos, errores, riesgos, desperdicios y gastos de mantenimiento. Como cualquier producto del que hay que «colocar» tantas unidades, doblar las ventas y arruinar a la competencia. Las ideologías que más execran las reglas del capitalismo son las que las asumen para capitalizar votos, intereses y voluntades. Y, por si fuera poco, se nos hace caer en la superstición de las encuestas o se nos hacen leer las listas de las adhesiones. A mí las listas «pro sí» o «pro no» me recuerdan las fotografías de aquellas señoras gordas-gordísimas que pregonaban con su exhibicionismo monstruoso el tratamiento —costoso— que habían recibido.

Los políticos nos tratan como a vulgares consumidores. Entre pasar hambre o ser consumidor, mejor lo segundo, pero ya es hora de que aspiremos a ser tratados como ciudadanos responsables que maduran sus propias decisiones fundamentales, sin tener que ser testigos del exhibicionismo degradante con que los políticos nos «hacen el artículo».

Marta PORTAL