

LAURA LUCÍA ROMERO MIRELES

Contrario a lo que podría pensarse, el disenso lleva a la gente a las urnas, porque el voto de castigo (“en contra de” y no “a favor de”) se ha vuelto un elemento muy importante en los procesos electorales, afirmó Yolanda Margarita Meyenberg Leycegui, académica del Instituto de Investigaciones Sociales (IIS) de la UNAM.

En contraste, lo que no lleva a la gente a votar es la apatía, el desencanto, la desconfianza y el sentimiento de ineficacia política, añadió en el *Seminario Permanente de las Ciencias Sociales. Reflexiones del Mundo Contemporáneo 2024*.

Al hablar de *Cultura y Comunicación Política*, opinó que, en las elecciones del 2 de junio, aunque no estemos de acuerdo con ninguno de los dos proyectos de país, que son totalmente diferentes, mucha gente va a salir a votar por disenso, contra una opción u otra.

La también coordinadora académica del diplomado Comunicación Institucional y Diseño de Campañas Políticas del IIS, mencionó que las formas de representación de la democracia no son funcionales. Por ello, habría que pensar en otras, y no sólo en México sino en todo el mundo.

El triunfo del populismo, de derecha e izquierda, tiene que ver con la frustración social, con la sensación de agravio colectivo, que deriva en el uso arbitrario del poder, en una conversación que habla sin ningún candado sobre xenofobia, discriminación e intolerancia, elementos que se vuelven parte de una conversación pública aceptada.

En México, los partidos políticos tienen una serie de privilegios y buscan mantenerlos, “sin importar lo que suceda afuera de San Lázaro o de Palacio Nacional. Y cuando ocurre algo muy importante, la tendencia es negarlo, decir que es un complot o algo premeditado por los adversarios”.

Los políticos no les hablan a los “ciudadanos de a pie”; no entienden que no tienen que ofrecer bancos del bienestar o megacárceles, sino una solución al agravio social que padece todos los días una gran parte de la sociedad.

Y si no existe la posibilidad parlamentaria de generar un contrapeso a los políticos abusivos, insensibles, inconsistentes, la sociedad debe organizarse de manera distinta y presionar para que existan otras formas de rendición de cuentas, de participación política, de pesos y contrapesos a esos poderes que demuestran una ineficacia “brutal” para representar al ciudadano, sostuvo.

Y la ineficacia política ahuyenta al sufragio

El voto de castigo lleva a la gente a las urnas: Yolanda Meyenberg



Foto: Francisco Parra.

Meyenberg Leycegui destacó el importante rol de los profesores: “En el aula trato de que todos expresen su opinión y fomentar que nadie descalifique la opinión de los demás. Es nuestra responsabilidad docente promover la idea de que puede haber formas distintas a la descalificación y la negación del otro”.

Hay que tratar de impulsar más la conversación a partir de aceptar lo distinto y de que cada quien argumente. No obstante, “los mexicanos no somos buenos para eso; estamos socializados en la idea de escuchar y obedecer, y eso es lo que esperan las autoridades de nosotros”, detalló en el evento realizado por el Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales.

La experta consideró que la ignorancia política es el peor enemigo del consenso; si evaluamos a partir de ella, entonces prevalece el prejuicio. Por eso, debería haber un cierto conocimiento que nos permita entender lo que está pensando el otro.

La cultura política de las redes sociales es muy parroquial; es un elemento que fomenta el disenso y la intolerancia, porque excluimos, prejuzgamos y “crucificamos” a quien no piensa como nosotros.

Añadió que debemos cuestionar a la autoridad, pero también asumir nuestras propias responsabilidades en relación con el accionar público.

Antes, la investigadora definió a la cultura política como el conjunto de símbolos,

normas, creencias, ideales y tradiciones que orientan, guían y dan significado a la política. En tanto, la comunicación política es el espacio en que intercambian discursos contradictorios tres actores: políticos, periodistas y opinión pública.

Definió a la persuasión como el proceso mediante el cual una persona se propone convencer a otra u otras de que las razones y las acciones que expone para transformar, modificar o mantener un estado de cosas son las más convenientes para lograrlo.

La intención persuasiva tiene el propósito de convencer a los potenciales seguidores de que el persuasor comparte sus valores y afinidades, entiende sus aspiraciones, o tiene una solución a sus fobias y frustraciones; también puede intensificar las convicciones o los prejuicios.

Actualmente, en lugar de tener confianza y eficacia en la política, como tercer actor de la comunicación y como ciudadanos con una cierta carga valorativa, lo que manifestamos es una profunda desconfianza hacia los actores de ese sector y hacia los medios de comunicación. “Tenemos un claro sentimiento de ineficacia política y eso tiende a la confrontación”.

La polarización y la confrontación tienen mucho que ver con el sentimiento de ineficacia política y con la desconfianza hacia los otros dos actores de la comunicación: los políticos y los medios, concluyó. *g*