

Contenedores sin contenido

escrito por Miguel Silva

En la tradición occidental, de la que para bien o para mal somos herederos, la ciudad adquiere una doble condición, física y simbólica. La ciudad son las calles, los edificios, las casas, los monumentos, pero también es la genta que la habita y todo lo que carga consigo. Muy en esta vía, Lewis Mumford, hace ya varias décadas, diría que la ciudad es contenedor y es contenido.

Por supuesto, la ciudad puede ser mucho más que eso, sobre todo porque lo material y lo simbólico pueden, a su vez, significar muchas otras cosas; por ejemplo, en el campo de lo simbólico, la ciudad puede ser al mismo tiempo orden o caos, puede ser también cultura o religión. En fin, el punto es que podemos acercarnos a la ciudad desde múltiples lecturas tanto de su condición material como de la inmaterial, entendiendo además que también pueden entenderse como materialización de lo inmaterial y viceversa.

Nuestros alcaldes y quienes aspiran a serlo suelen ocuparse más del contenedor que del contenido. Puede que incluso esta sea una consecuencia del devenir de nuestras democracias electoreras. A propósito, por estos días, el bendito algoritmo me mostró un aviso publicitario de alguien que se dedica a asesorar candidatos que decía, ni más ni menos, que “gana más el que más se muestra que el que más sabe”.

Tal vez por esto, en parte, es frecuente que los debates electorales, sobre todo para cargos uninominales, terminen centrándose en las obras que van a construir, a manera de monumentos, para inmortalizar su paso por este mundo, aunque en realidad bastarán unas cuantas décadas para que casi nadie los recuerde. Un consuelo efímero pero tan sugestivo que para muchos de nosotros resulta inevitable.

Así, los aspirantes a alcaldes, suelen invertir la mayor parte de sus esfuerzos hablando del contenedor. De cierto modo, el debate democrático termina convertido en una subasta dirigida por los expertos

en marketing político. Prometa, ilusione y si gana ya miramos que nos inventamos. Pero gane. No importa nada más, gane. Y los candidatos caen en esa trampa. Ganan los llamados “estrategas”, pero los candidatos lo que se ganan es un problema que luego puede ir contra su capital político. Claro, siempre está a la mano la vieja confiable de Petro: es que el monstruo de debajo de mi cama no me dejó.

Lamentablemente esta dinámica ha dejado de lado, casi que por completo, la pregunta y el debate por el contenido. Se habla más de los candidatos que de la sociedad. Se habla más de las obras, vías, edificios, escuelas, hospitales y demás, que del tipo de sociedad pendiente por construir. Como si la ciudadanía fuese una condición inherente a la naturaleza humana. Y no. Gobernar tiene que ver con liderar. Con transformar la sociedad. Con intervenir en la construcción simbólica de una sociedad para favorecer la cooperación y mitigar los efectos del conflicto diario. Con proponer un sentido y establecer un propósito.

Por esta vía, muchos aspirantes a gobernantes nos terminan ofreciendo un cascarón vacío. Una ciudad imaginada que no es otra cosa que un contenedor sin contenido. Esto también puede ayudar a explicar la razón de fondo del divorcio entre la ciudadanía y la ciudad que se expresa de manera patente en el espacio público. Una ciudad construida para la foto y para el video pero no para la gente.

¿Cuál es el contenido de la ciudad que nos proponen los candidatos? ¿Cuántos edificios hay en nuestras ciudades, construidos con recursos públicos, que ahora están vacíos o subutilizados? ¿Qué pasa con el espacio público de nuestras ciudades? ¿por qué parece cada vez más abandonado de gente y de sentido?

Hay que señalar además, siguiendo con la metáfora que en la democracia, aquí y en cualquiera, ya parece que no importa tanto lo que se diga sino las veces que se diga y qué tan fuerte se diga. Por eso la agonía de la verdad en la política dio paso a lo que parece ser una muerte sin esperanza alguna de resurrección. Ya ni siquiera se trata del pulso entre la verdad y la verosimilitud.

Existe un riesgo enorme de que nuestros líderes, las personas que

elegimos para que nos gobiernen, terminen siendo contenedores sin contenido. Las razones del voto siguen siendo un gran misterio y una pregunta abierta. Así quienes se autodenominan expertos en la materia aseguren haber desentrañado el misterio, para asegurar la venta de su servicio, lo cierto es que a hoy no existe la teoría definitiva del voto. Sin embargo, lo que sí parece ineludible es que la sofisticación del marketing político podría estar acelerando nuestra marcha hacia una democracia electoral liderada por contenedores sin contenido.

Otros escritos de este autor: <https://noapto.co/miguel-silva/>