

Nueva política en La otra campaña

NEIL HARVEY :: 13/01/2006

Hace falta una mayor articulación con otros sectores de la población local en cada región y que los comités de solidaridad apoyen a organizaciones que hasta ahora no han sido tan conocidas como el EZLN

Las declaraciones del subcomandante Marcos el 2 de enero en San Cristóbal de las Casas nos obligan a poner más atención a lo novedoso de La otra campaña. Quiero subrayar tres elementos centrales que corresponden a lo que podemos identificar como una nueva forma de hacer política: el diálogo como principio ético; la búsqueda de nuevas formas de participación; y la responsabilidad colectiva por el éxito de la otra campaña.

En primer lugar, la Sexta Declaración de la Selva Lacandona es una invitación general a participar en la lucha anticapitalista por vías pacíficas, con el fin de formular una nueva constitución política y la consolidación de nuevas formas de hacer política. La convocatoria permite así el diálogo abierto entre diversas organizaciones y personas que buscan resistir la marginalización, la discriminación y el desprecio. Aunque el zapatismo haya sido definido a partir de su base indígena, no se ha limitado a sus demandas particulares, sino que ha buscado demostrar que la exclusión empieza con el desprecio hacia las personas diferentes, sean éstas indígenas o gente marginada por su condición económica, sus preferencias sexuales o su género. El diálogo es una forma de comunicación que antecede a las decisiones políticas porque crea un espacio donde ninguna posición puede autolegitimarse como la "correcta" y en donde todos tienen que aceptar, y valorar, su relatividad. Conociendo más a fondo esta diversidad de posiciones y experiencias, enriquece la comunicación y promueve puntos de acuerdo, si no de consenso absoluto.

Con respecto a este punto, Marcos insistió en San Cristóbal: "les pedimos que discutan sin sentir que tienen que convencer... Es necesario que las Sextas en cada lado estén abriendo espacio para que todos hablen". Sin embargo, no se trata de dialogar por dialogar. Hay que llegar a decisiones, y en ese momento entran inevitablemente los cálculos políticos de corte estratégico y táctico; pero sí se trata de cuidar lo más posible que las decisiones tomadas no excluyan, en nombre de un falso consenso, los planteamientos de todos los participantes. Lo que Marcos llama "la salud interna" de la otra campaña dependerá de esa doble capacidad de, por un lado, mantener vivo el diálogo con los diferentes grupos adherentes, y por otro, arribar a decisiones que se legitiman por su origen democrático y colectivo. Podemos agregar que el impacto de la otra campaña no se limita a la creación de una plataforma política propia, sino que debe incidir en el rumbo del país, logrando convencer a otros sectores de la necesidad de cambios de fondo que en el actual contexto latinoamericano no se pueden descartar como ideas marginales o superadas por el dominio neoliberal.

La capacidad de incidir en la política nacional e internacional está tradicionalmente vinculada con la competencia electoral y la conformación partidista de los espacios institucionales. En México la posibilidad de lograr el triunfo electoral de AMLO ha generado expectativas de una transformación de las políticas públicas en el próximo sexenio.

Independientemente de las amplias simpatías que genera la candidatura presidencial del PRD, quedan pendientes serias dudas sobre la forma en que se lleva a cabo la campaña electoral (por ejemplo, la trayectoria de los coordinadores de la campaña, el alto costo de la misma, el proceso de selección de candidatos, las alianzas estratégicas, las mismas propuestas de desarrollo, etcétera).

Estas dudas no son exclusivas de un solo partido, sino que afectan a todos los partidos en diferentes medidas, y son ya parte de la cultura política de la democracia electoral en el mundo, generando un escepticismo creciente entre los votantes hacia esta forma de hacer la política. Por lo tanto, sería un error responsabilizar a la otra campaña por una eventual falta de participación electoral de los votantes en 2006.

Para explicar ese desencanto con el sistema electoral habría que analizar la historia reciente de los principales partidos. Lo que ofrece la otra campaña es la posibilidad de reconocer estos limitantes y de renovar las formas de participación para que incluyan lo electoral pero no se limiten a ello. Más bien, se trata de enfatizar la búsqueda de nuevas formas de participación que logren dar vigor y continuidad al diálogo público, evitando la sobredimensión (mediática, financiera y política) de los procesos electorales. De esta forma las elecciones responderían a las inquietudes de la población organizada y dejarían de ser una actividad separada de las élites políticas. Esta es una preocupación de los zapatistas desde 1994, que ahora retoman frente a otra coyuntura electoral. En palabras de Marcos, la otra campaña no debe realizarse de manera ostentosa; debe ser abierta a las voces de las minorías, y el enemigo principal no es un partido u otro, sino el sistema en su conjunto.

Finalmente, el EZLN propone que el éxito de la otra campaña depende de todos y no solamente de ellos. La responsabilidad colectiva por esta nueva forma de hacer política la tienen que asumir los grupos y personas que se han adherido a la Sexta. Con ello se abre la posibilidad de que el contenido de la otra campaña sea moldeado por el diálogo y el anhelo de participación de los que han encontrado en la Sexta varios puntos compartidos. Falta enriquecer esta convergencia con nuevas propuestas y acciones que respondan a las necesidades particulares de cada grupo.

El reto mayor es cómo articular esta diversidad de luchas en una campaña de largo plazo, sobre todo cuando las políticas gubernamentales pretenden debilitar, dividir o cooptar a organizaciones que necesitan recursos para mantenerse como movimientos independientes. Para evitar esto, hace falta una mayor articulación con otros sectores de la población local en cada región y que los comités de solidaridad apoyen a organizaciones que hasta ahora no han sido tan conocidas como el EZLN. A fin de cuentas, la otra campaña es una responsabilidad de todos los adherentes y no solamente del EZLN.

** Profesor-Investigador de la Universidad Estatal de Nuevo México. Autor del libro La Rebelión de Chiapas, Ediciones Era, 2000.*
La Jornada

https://www.lahaine.org/mundo.php/nueva_politica_en_la_otra_campana