



Fuego y Cenizas,

De Michael Ignatieff.

Ed. Taurus, 2014.

Traducción de Francisco Beltrán.

254 pp

En una clase sabatina en el CIDE, como uno de los expositores del diplomado en Análisis Político, Leo Zuckerman recomendó este libro para leer particularmente acerca de una campaña electoral de un científico de la Política.

Para decidir leerlo en aquel entonces animaron las opiniones ofrecidas en los forros del libro. La de Robert Collison, del Toronto Star: "...brillante testimonio sobre el estado de la política y una advertencia sobre los peligros y los placeres de la vida política. De lectura obligada para cualquiera que esté contemplando una carrera política".

Así como la de Mario Vargas Llosa: "...Un distinguido intelectual, escritor, periodista y académico deja su biblioteca y su catedra de Harvard para emprender una carrera política en el más alto nivel, y durante seis años experimenta la pasión y la excitación, el entusiasmo y la intriga, el fracaso y el éxito de los partidos políticos..."

Así un prestigiado profesor de Harvard relata su ingreso y desenvolvimiento en la política canadiense después de 30 años de estar fuera de su país de origen. Un outsider en la política partidaria. Acá a algunos de ellos les llamamos candidatos ciudadanos. Relata las ventajas y cualidades de un foráneo como Candidato para resolver la crisis de un partido político y evitar su colapso electoral después de 13 años de detentar el poder. Describe las actividades, relaciones, acuerdos, satisfacciones, intrigas y pesares, propios y de sus adversarios, pero en particular su éxito y su fracaso, durante seis años como Candidato, como Representante popular, Dirigente nacional de su partido y Líder de una fracción parlamentaria de oposición. Al final ya alejado de ese torbellino de emociones, como buen profesor, otorga una serie de lecciones para los interesados en el tema. Atractivo y provocador para quienes en este momento están desarrollando actividades en campañas electorales.

Michel Ignatieff nació en Toronto, Canadá, el 12 de mayo de 1947. Fue profesor de Derechos humanos y Política Internacional de la Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard, así como en las Universidades de Toronto y Oxford, además del Kings College Cambridge. Además fue locutor de radio y televisión y como columnista editorial para The Observer en el Reino Unido. Autor de diversos libros, como El mal menor y Sangre y pertenencia.

En su primer capítulo, Arrogancia, Describe como después de vivir 30 años fuera de Canadá, una noche de octubre de 2004 llegan tres personas a su casa en Cambridge, Massachusetts, para llevarlo a cenar y ahí invitarlo a dirigir en Canadá al Partido Liberal y transitar por dos años para llegar a ser Primer Ministro. Ahí empieza la aventura.

Así relata en más de la mitad del libro sus tres campañas electorales y en el resto, sus lides en la Cámara de los Comunes, primero como representante popular y también como dirigente parlamentario. Muy brevemente su campaña electoral de cincuenta días para representar la demarcación de Etobicoke-Lakeshore, que gana el 23 de enero de 2006, “Esa noche aprendí la lección más sencilla de la política: demuestra que realmente deseas la victoria”.

Además su campaña, durante nueve meses del 2006, por el liderazgo nacional del Partido Liberal de Canadá, una organización con 60, 000 afiliados por cada una de las 308 circunscripciones, a lo largo de 5,000 kilómetros, en un país de seis husos horarios, cinco regiones y dos idiomas oficiales. Viajando en un viejo Buick Regal, volando en aviones comerciales y durmiendo en hoteles modestos o en habitaciones de invitados en casa de simpatizantes. Pues “Así se hacen las cosas en Canadá”.

Y su tercer campaña, de 35 días, para ser Primer Ministro, “Para entonces, ya había conseguido deshacerme del atril, quitarme la chaqueta, olvidar mis tics profesoriales, ya había dejado de tratar de ser inteligente e intentaba alcanzar el interior del puro núcleo de mis creencias, para que juntos pudiéramos llegar a un momento de atención suprema en que el mensaje pudiera calar en el público.

En el capítulo de Entender al público, explica: “Los grandes políticos deben de dominar lo local... Cuando pregunten a alguien del público por su procedencia, deben ser capaces de contar una historia que les vincule a ese votante y en la que este pueda reconocer inmediatamente”.

Cuando refiere la Reinención del político: “ Todo político tiene que tener una [historia] y, de hecho, narrar, controlar e imponer tu historia a la opinión pública, constituye la tarea esencial de todo aquel que se presente a un cargo público... Uno debe reinventarse para el consumo público, y si no se toma en serio a sí mismo, quien lo va a ser?”.

Sobre las campañas en Internet: “Tan pronto como la democracia pierda su vinculación con lo físico, tan pronto como el lugar de la política no sea el salón de votos, la sala de estar, el restaurante o el bar local y resida únicamente en la pantalla de televisión y en una página web, tendremos problemas, porque estaremos totalmente en las manos de los asesores de imagen y de las fantasías que inventan... La política tiene que seguir siendo algo corpóreo porque la confianza es corpórea”

Continua más adelante, “la política es algo muy físico. Tus manos tocan, chocan y aprietan, y tus ojos están siempre buscando el contacto...en política el verdadero mensaje es el físico, el que envían tus ojos y tus manos. Digas lo que digas, tu cuerpo debe estar comunicando que se puede confiar en ti”.

Ejemplifica: “Nunca olvidaré cuando conocí al presidente Obama un tiempo después. La forma en que me sujetó el codo, su rápida mención a uno de mis libros, la referencia a una amiga mutua,

Samatha Power, y su elegancia natural. Estas son artes antiguas, habilidades reconocidas en la obra de Baldassarre Castiglione, *El cortesano...*”

En el capítulo El dinero y el lenguaje, continua relatando como a la mitad del verano del 2006 se había convertido en el objetivo del resto de las campañas y sus rivales negociaban entre sí para evitar su triunfo. Entonces determinó aumentar la escala de sus operaciones, ser más eficaz en atraer a sus delegados y no caer en la tentación de coordinar su propia campaña, “estaba demasiado ocupado recorriendo el país y recaudando fondos”

Sobre su equipo y los voluntarios: “Los políticos necesitan a los asesores y sus encuestas de opinión, grupos de discusión y estrategias de marketing, pero no deberían dejar que profesionales pagados dominen una campaña. La política debe reservar un amplio espacio para los voluntarios que viene de la calle con su propio talento y sus sueños. Sin la inspiración proveniente del entusiasmo de los voluntarios, los políticos se arriesgan a convertirse en marionetas de sus estrategias renumerados: Además, los voluntarios poseen la lealtad que no se puede comprar. La responsabilidad de un líder en cualquier campaña consiste en mantener esa lealtad y cumplir sus expectativas.”

Cuando se refiere a los políticos pensantes, aquellos seres raros que aún piensan en proyectos de “gran calado” como se decía antes, escribe “Los políticos deben poseer una habilidad especial para saber cuándo ha llegado el momento propicio para una idea y para exponer esas ideas de modo que los ciudadanos se interesan por ellas” y refiere como se desaparece por unos días de la campaña y escribe su programa político “*Un programa para la construcción de un país*”. Para entonces uno de sus 12 contrincantes, Ken Dryden, ya había hecho público su propio programa que denominó “*Gran Canadá*”, “una decidida llamada a crear un país más ambicioso”.

En julio de 2006 estalló la guerra en el Líbano y junto con los demás candidatos fueron juzgados por su posicionamiento al respecto, particularmente por las comunidades judías, musulmanes y libaneses, que en el multiculturalismo canadiense pesan mucho, lo cual lo hace reflexionar en torno a la utilización del lenguaje en la política: El eterno presente, palabras en público, frente a medios y el yo privado. “...el eterno presente, en el que cada sílaba que hayas podido pronunciar, cada tweet, cada publicación en Facebook, artículo periodístico o fotografía embarazosa permanece en el ciberespacio para siempre, listos para que tus enemigos los utilicen... Cada palabra que pronuncias se convierte en una oportunidad para que tus adversarios contraataquen. ...Al entrar en política debes renunciar a la espontaneidad y a uno de los placeres de la vida: decir lo primero que se te viene a la cabeza. Si quieres sobrevivir, debes colocar un filtro entre tu cerebro y tu boca... es bueno responder directamente a una pregunta igualmente directa, y cuando son los ciudadanos los que te hacen la pregunta, esta franqueza se convierte en una obligación. Después de todo, son quienes te eligen. Con la prensa las reglas son distintas...Intenta no mentir nunca, pero tampoco debes contestar a la pregunta que se te ha hecho, sino solo a la que quieres contestar... A medida que te pliegas a los compromisos que impone la vida pública, tu yo público empieza a transformar a tu yo interior. Los problemas empiezan cuando ya no te das cuenta de que el yo público ha sustituido al yo privado”.

En su capítulo de Enemigos y Adversarios relata con viva emoción pasajes de su tercera campaña, frente a auditorios emocionados por sus discursos, en su trato con periodistas, visitas a editoriales, los ataques de que fue objeto, su fracaso en los dos debates, acerca de sus contrincantes y la reseña cualitativa de su derrota electoral.

“Ahora pienso en esas enormes multitudes, esas grandes noches, y veo que estábamos hablando con nosotros mismos...Pensé que podíamos contar con un tercio de nuestra gente como base. Nos votarían si les dábamos una razón medio decente. Nos enteramos de que nuestra base era solo uno de cada cinco de nuestros seguidores...Pensé que estábamos en unas elecciones, pero en realidad estábamos en un *reality show*. Pensé que que el contenido importaba. Pensé que los números en un programa deben ser coherentes...Era un caso de universos paralelos. Nosotros estábamos en uno, nuestros adversarios en otro, y los votantes estaban en otro distinto. El ganador fue el que entendió esto desde el principio, el que pasó al mundo de los votantes y logró ganarse su atención durante noventa segundos”

Imaginen esta viñeta de Ignatieff para México en julio de 2018: “Me senté, junto a mi aturdido equipo, para ver los resultados por televisión y comprobar como el centro de nuestro sistema político, el lugar donde mi partido se había posicionado desde hacía un siglo, se derrumbaba en una noche”