

PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS

Por Hubert Matías Parajón*

En vísperas de los comicios nacionales venideros y a raíz del fallo judicial que anuló las elecciones tucumanas, ha vuelto a instalarse la vieja prédica del voto clientelar. El común denominador del discurso mediático reproducido por dirigentes políticos insensatos se centra en atribuirle responsabilidad a los segmentos poblacionales más desfavorecidos. Se enuncia como verdad revelada que los sectores de menores recursos votan a favor de listas representadas por candidatos políticos que les brinda bolsones de alimentos o algún otro tipo de beneficio y que la voluntad viciada de ese núcleo social incide en el resultado de la elección. Se da por establecido que la dignidad del elector humilde vale menos que la de quien posee mayores ingresos que vota por anuncios que prometen la vuelta a las importaciones o la venta irrestricta de dólares. Sólo el más vulnerable es el autómatas que en el cuarto oscuro hace lo que los medios dicen que le obligan a hacer, aún cuando el secreto del voto impida probar lo que el ciudadano coloca en el sobre. De los acaudalados y los grupos poderosos no se dice lo mismo. La mira está puesta en quienes menos tienen. Y la perversidad del argumento conduce a afirmar que aquellos no saben lo que hacen dando por sobreentendido que éstos sí saben, con lo que el resultado de una elección es susceptible de invalidarse sobre la base de denuncias sustentadas en estados de dependencia y vulnerabilidad. Los medios de comunicación dominantes asociados a los grandes grupos económicos machacan a diario con este discurso logrando formar opinión en los sectores independientes. El objetivo consiste en deslegitimar la voluntad popular para ir allanando el terreno hacia el tipo de sociedad excluyente que favorezca a los grupos empresarios concentrados y sus medios cómplices que pugnan por políticas económicas que fomenten el libre mercado, la apertura comercial, la eliminación de retenciones, la reducción del gasto público, la mano de obra barata y una devaluación monetaria, entre otras recetas que perjudican a la mayoría del conjunto de la población.

Este estado de cosas resulta equiparable al trato que se les dispensa a los jóvenes estereotipados - en su mayoría provenientes de barrios humildes – a quienes los medios consideran causantes de la inseguridad ciudadana y merecedores de la máxima rigurosidad punitiva. Del estereotipo muerto se dice “uno menos”, o que es un “negro de mierda” que debe “podrirse en la cárcel”. No hay piedad contra el perfil de este conglomerado catalogado de marginales, respecto al cual más de un candidato promete tolerancia cero y el apoyo de las fuerzas armadas para neutralizarlos. Para esos mismos medios oligopólicos el morocho vestido de buzo o cualquier trabajador humilde, es acusado de “asesinar”, y no de “causar la muerte de su mujer”, como últimamente se dijo en relación a un empresario por el femicidio de su esposa en un country. A las víctimas pobres de femicidios se les cuestiona su pasado: su forma de vestir, sus salidas nocturnas o la deserción escolar como condicionantes de su muerte, mientras que a las de familias de ingresos más elevados, a lo sumo se las tilda de “bohemias”. Se soslaya que en un estado de derecho la atribución de la responsabilidad es de acto y no de autor. Que únicamente se es responsable por lo que se hace y no por lo que se es. La difusión e internalización de estos prejuicios y estereotipos produce un efecto multiplicador muy pernicioso que debe ser puesto en evidencia y rebatido con el mismo grado de intensidad por todos los actores comprometidos con los valores democráticos y la vigencia de las garantías constitucionales.

*Fiscal Adjunto de Pico Truncado, Pcia. de Santa Cruz.