Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

Nº 212
Volumen II
Año LXX
Julio-Diciembre 2002
Fundada en 1933
ISSN 0303-9986

REVISTA DE DERECHO

UNIVERSIDAD DE CONCEPCION[MR]

Facultad de
Ciencias Jurídicas
y Sociales

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

Revista de Derecho 212: 759-773, 2002 ISSN 0303-9986

LA ARGUMENTACION POLITICA Y SUS FORMAS*

JOAQUIN GARCIA-HUIDOBRO
Universidad de los Andes

Robert Alexy ha puesto de relieve una idea que es bien conocida, a saber, que "el discurso jurídico es un caso especial del discurso práctico general" [1]. Este discurso práctico general admite formas muy diversas. Como el resto de las presentaciones a este congreso ya se referirán al discurso jurídico, aquí se pretende reflexionar sobre otra forma del discurso práctico, la argumentación política. Ella está, en cierta medida, antes y después del derecho. Antes, en cuanto muchas veces se dirige a conseguir que se establezcan ciertas normas jurídicas o incluso que se pronuncien determinadas decisiones judiciales para producir un estado de cosas que se estima deseable. Pero también viene después del derecho, y busca mantener aquellas regulaciones sociales que se consideran justas.

He dividido esta exposición en tres partes. En la primera planteo algunas dificultades que presenta el modo en que hoy se argumenta en política. En la segunda analizaré algunos tipos de argumentos que hoy son utilizados en la discusión pública. En la tercera volveré sobre las dificultades enunciadas al principio y trataré de darles una respuesta.

* Este trabajo ha sido realizado con el apoyo de Fondecyt (Chile, proyecto 1010182).

[1] R. Alexy, Teoría de la argumentación jurídica. La teoría del discurso racional como teoría de la fundamentación jurídica, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1ª ed., 1997, 35, cfr. 208 ss. También, del mismo autor: Derecho y razón práctica, Fontamara, México, 1993, 23-35, y "La institucionalización de la razón", Persona y Derecho 43 (2000) 217-249.

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

I. ¿QUE RACIONALIDAD SE UTILIZA EN POLITICA?

Lo propio del político, a diferencia del dictador, es que requiere no sólo decidir sino también convencer. En un régimen totalitario, en cambio, aunque siempre se procure respaldar las decisiones con una batería de argumentos, lo cierto es que el convencimiento de los ciudadanos, aunque deseable, no es imprescindible. Más bien lo que lo define es que en él los ciudadanos obedecen aunque no están convencidos. O sea, que de ciudadanos tienen poco, si le creemos a Rousseau, que dice que somos legisladores y súbditos al mismo tiempo, esto es, que al obedecer a las leyes nos estamos obedeciendo a nosotros mismos.

En una democracia, para acceder al poder es necesario participar en las elecciones y ganarlas. El voto, por otra parte, es libre, de modo que se hace necesario convencer a los votantes. Hasta ahí no hay problemas. Con todo, cuando examinamos las formas del discurso que permite ganar las elecciones, nos encontraremos con una sorpresa. La publicidad política no se diferencia de la publicidad propia de las bebidas gaseosas o las zapatillas deportivas. A primera vista, esto no debería llamar la atención: si la publicidad que permite vender una bebida Cola es eficaz, no se ve por qué no pueda seguirla para conseguir que los ciudadanos voten por mí. Sin embargo, todos reconocemos que la decisión de consumir una u otra bebida no es precisamente el modelo de decisión racional. Fue famosa, años atrás, la guerra de las Colas, en donde la estrategia publicitaria de una de las compañías fue mostrar que, en una elección a ojos cerrados, la gente prefería su bebida, que era la minoritaria en ventas en el mundo. Si la otra era la mayoritaria y al mismo tiempo la más mala, eso significa que el público consumidor de bebidas no es racional, salvo que ésta no sea una de aquellas materias que se deciden ejerciendo la razón. ¿Por qué elegimos una bebida sobre otra? Porque la publicidad nos ha convencido para que procedamos así. ¿Y cómo nos ha convencido? Primero, repitiendo una y otra vez que debemos tomar tal cosa, y, segundo, asociando a ese producto una serie de atributos, como la felicidad y el sentido de la vida, que manifiestamente nada tienen que ver con una mezcla de agua, azúcar, gas y colorantes.

Si examinamos la propaganda política de cualquier candidato de cualquier partido político de cualquier país, veremos que se cumple el primero de esos factores. Ella se basa en la repetición, un mecanismo no precisamente racional. Cuando veo en las calles de mi ciudad 45 veces la misma cara, una al lado de otra, en una pared de apenas 15 metros, me dan ganas de decirle: "ya conozco su cara, me bastaría con una foto y que dedicara ese dinero a cosas más productivas o bellas".

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

Queda la segunda característica de la publicidad, a saber, la de asociar a un producto determinados atributos. Aquí debemos reconocer que la propaganda política es más modesta. Ningún candidato se presenta como "la chispa de la vida". Sin embargo, los atributos que se vinculan a cada candidato son tan vagos que perfectamente se podrían aplicar al oponente. Además, en ningún caso se explica por qué ese hombre es alguien que hace cosas, que da confianza, que está con la gente y un buen número de cosas semejantes.

Dicho brevemente: parece que no hay coherencia entre la afirmación de que la política es una actividad racional y una propaganda que se muestra como si la decisión más importante, la de elegir, no fuese racional.

II. ALGUNOS ARGUMENTOS FRECUENTES EN LA DISCUSION POLITICA

Si lo que se ha dicho es efectivo, entonces la decisión de elegir a un candidato no es una decisión racional, sino meramente emotiva. Con todo, y antes de responder a esta objeción, conviene recordar que la política no se agota en el acto electoral. Después de él, tanto los electores como los elegidos tienen mucho que hacer. Aquí, entonces, podría haber un espacio para la racionalidad, al menos en teoría. De partida, en los parlamentos o en los foros televisivos es necesario emplear argumentos, y no basta con poner una foto varios miles de veces con la apelación a que se vote por el fotografiado. Los argumentos que se emplean en política son tan variados como la vida misma. Sin embargo, resulta posible hacer un cierto catálogo de ellos. Veamos algunos, tratando de explicitar, al mismo tiempo, sus supuestos y sus eventuales debilidades. Hago presente que estos argumentos son muy habituales en la política actual y quizá de todo tiempo, de modo que lo que se diga no debe entenderse como referido a una sola corriente política. Se utilizará la expresión 'argumento' en un sentido muy amplio, que comprende todo lo que sea apto para convencer a los demás.

Argumentos sobre la base de la dialéctica amigo-enemigo

Una primera serie de argumentos son los que se basan en la concepción de que la política es un juego de suma cero, es decir, que uno gana precisamente en la medida en que otro pierde. Naturalmente hay ocasiones en que esto sucede así, como en el caso de las elecciones, pero está por demostrar que tal sea necesariamente la índole del juego político. Veamos algunos ejemplos.

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

En la década de los sesenta y comienzos de los setenta era frecuente oír en Chile la afirmación "cuando se gana con la derecha es la derecha la que gana". Con ella se pretendía desalentar cualquier alianza del centro político con las fuerzas conservadoras, y conseguir, en cambio, su apoyo para la causa de la izquierda. Por supuesto que si gana una coalición de la que forman parte fuerzas de derecha, ellas serán ganadoras. Esto sucede por definición. También vale para cuando se gana con la izquierda o con el centro. Sin embargo de ahí no se deriva que sólo ella sea la que gane. Incluso en el caso de que una fuerza obtenga más que sus asociados en una coalición, eso no significa que los que obtienen menos hayan necesariamente perdido. Como en los negocios, en política lo relevante es ir mejorando posiciones. Si se gana menos que otro pero se ha mejorado sustancialmente la propia posición, la alianza habrá valido la pena. Los ganadores aquí no siempre son los socios mayoritarios. Conocido es el caso del Partido Liberal alemán, que por años desempeñó el papel de una pequeña fuerza que tenía el número de votos suficientes como para decidir si gobernaban los socialdemócratas o los democratacristianos. Como se hacían pagar caro por su colaboración, suscitaban las iras de los socialcristianos bávaros, los otros aliados de la democracia cristiana, que con más votos recibían menos. La diferencia estaba en que los socialcristianos eran aliados cautivos, mientras que los liberales era una fuerza que había que conquistar. Triunfar con el apoyo de un pequeño partido que se hace pagar caro no es una derrota, sino una victoria. Si no se consigue en ella todo lo que se quería, habrá que recordar que el término de comparación no es lo que se quiere, sino lo que se puede, y tener presente que –de no haber mediado ese apoyo–, los que ahora están en el gobierno deberían sentarse en las bancas de la oposición.

Después del atentado a las Torres Gemelas se difundió en parte del mundo árabe la teoría de que el organizador de ese acto terrorista era el servicio secreto de Israel. El argumento era tan simple como preguntar, ¿a quién le conviene este acto? La respuesta aparentemente clara para ellos es que le convenía a Israel, pues así tenía una excusa para negar permanentemente a los palestinos el derecho a fundar un Estado. No le convenía este acto, en cambio, a los países árabes o al mundo islámico, que se vería perjudicado en su imagen internacional e incluso se exponía a sufrir represalias. Este argumento reposa sobre innumerables supuestos que es difícil que se den. Por ejemplo, supone unos criterios de racionalidad que deberían ser aplicados de hecho por todos los hombres, de modo que ni siquiera un terrorista haría algo que a nosotros nos parezca disparatado, como poner en peligro los avances realizados por la propia causa. Lamentablemente hay

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

demasiados ejemplos disponibles que hacen pensar que la lógica que mueve a los terroristas no es la misma que aquella que impulsa a los sectores pacíficos que hay en los distintos bandos. Además, el determinar en qué consiste la conveniencia es algo muy difícil. Pocos días después del atentado se pudo observar que, en su necesidad de contar con el apoyo del mayor número posible de países árabes, Estados Unidos hizo concesiones y afirmaciones muy contrarias a los intereses de Israel.

Un caso parecido sucedió hace muchos años, cuando en la ciudad de Washington fue asesinado el socialista chileno Orlando Letelier. Los partidarios del régimen militar y muchos observadores imparciales señalaron que al único que no le convenía este acto, era al gobierno del Presidente Pinochet. Por tanto, pensaban que era imposible que hubiese sido ejecutado por sus servicios de inteligencia. Efectivamente, hay buenas razones para considerar que ese Gobierno fue el principal perjudicado por el desprestigio derivado de ese asesinato, sin embargo, el argumento en cuestión supone que hay una perfecta coherencia entre lo que desea un Gobierno y lo que realizan los servicios de seguridad que de él dependen, cosa poco probable. Hasta el día de hoy no existe una claridad completa sobre este episodio, pero el hecho de que el director de esos servicios de seguridad haya terminado en la cárcel hace pensar, al menos, que éste es un caso más en donde esa lógica y coherencia perfectas no se dan, y los cuidados del sacristán terminan matando al señor cura.

En la misma línea, a veces una corriente política se felicita por el daño que ha provocado en las filas de otra, sin cuestionarse si, al hacerlo, no ha producido un deterioro en ciertos activos, como la confianza y la respetabilidad, que son fundamentales ante el electorado. Porque así como no todo lo que beneficia a los demás me perjudica a mí, tampoco todo lo que los perjudica me beneficia. Esto es especialmente importante a la hora de evaluar las pugnas que se dan entre partidos políticos rivales que, por circunstancias electorales, se ven obligados a entrar en una coalición si quieren acceder al gobierno. Las pugnas entre esos partidos y las victorias que temporalmente uno pueda obtener sobre otro, terminan afectando su confiabilidad ante electorado, que los ve como incapaces de constituir una alternativa viable de gobierno.

Dentro de esta familia de argumentos están los de índole conspirativa. Siempre es útil explicar los ataques de que se es objeto como si fueran fruto de un plan en contra de quien los sufre. En muchos casos se busca construir a posteriori una interpretación de los hechos de modo tal que aparezcan como formando parte de un plan perfectamente diseñado. Lo dicho no significa que

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

no existan conspiraciones, pero su prueba es difícil y siempre será preferible una explicación que dé cuenta de un hecho sin necesidad de recurrir a estas teorías. Un personaje público argentino reconocía una vez en privado: "yo, que he participado en muchas conspiraciones, sé lo difícil que resulta que tengan éxito". En muchos casos, se llega a atribuir al adversario un poder y un conocimiento tan amplios que nada de lo que ocurre es ajeno a su querer o permisión. Es la idea de la responsabilidad total, que ha causado no pocas tragedias en la historia. Frente a esta tendencia, hay que reconocer que los gobiernos y las oposiciones son imperfectos, que no disponen de información suficiente y que gran parte de las cosas que ocurren son fruto de numerosos hechos fortuitos, imposibles de predecir o de políticas en las que la improvisación y la intuición juegan un papel mucho más importante que los estudios de los expertos.

Una variante del argumento conspirativo consiste en atribuir a la resistencia de ciertos grupos sociales el fracaso de las propias políticas. Es típico de las economías más populistas el culpar a los empresarios o a los capitalistas del fracaso económico. El país está mal, se dice, porque los empresarios no invierten. No se advierte que los empresarios, como cualquier persona razonable sólo están dispuestos a invertir cuando hay seguridades suficientes de que no perderán el fruto de sus esfuerzos. Los empresarios, más que grandes conspiradores, son personas que quieren maximizar sus beneficios y disminuir sus costos. Si el gobierno no es de su agrado no tendrán problemas en seguir invirtiendo mientras se respeten ciertas reglas de juego fundamentales. Ningún empresario demócrata dejará de invertir porque haya un republicano en el gobierno. Jamás pensará que al invertir generará empleo y, con esto, prestará una ayuda al Presidente cuyas ideas no comparte. Simplemente invertirá porque quiere conseguir una ganancia. En los países en que esto no sucede, las razones tienen que ver mucho más con las políticas económicas erradas o erráticas que con supuestas conspiraciones empresariales[2].

Los argumentos que se han reseñado son típicos de situaciones de conflicto. Ellos surten gran efecto cuando hay pocos puntos en común con el adversario y particularmente cuando se ha logrado hacer una caricatura del mismo. Son argumentos que presuponen normalmente que no hay un contacto personal entre

[2] Naturalmente, la historia muestra casos en donde los empresarios se han propuesto desestabilizar ciertos gobiernos. Así, por ejemplo, en el paro de octubre de 1972 contra Salvador Allende o en las protestas que derivaron en la caída del régimen de Marcos, en Filipinas. Sin embargo, no constituyen la regla de toda la actividad empresarial, ni se trata de operaciones en que los empresarios hayan actuado encubiertos ni de movilizaciones en las que ellos hayan actuado solos o tenido la iniciativa.

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

los bandos en pugna y que en buena medida se desarman cuando ese contacto y conocimiento se produce. Aquí se aplica el dicho de Tertuliano acerca de la actitud agresiva de los romanos en contra del entonces naciente cristianismo, al que se atribuían las prácticas más inverosímiles: dejan de odiar cuando dejan de ignorar.

Argumentos basados en los principios del régimen democrático

Junto a los anteriores hay otros modos de razonar que no presentan o presuponen un carácter conflictivo, sino que se dirigen a poner la propia postura en un lugar privilegiado frente a los demás. Esto se logra a través de su identificación con los principios del régimen o con ciertos valores especialmente apreciados por el auditorio.

El recurso más habitual consiste en mostrar cómo la propia posición se halla en el medio, frente a dos extremos. Este procedimiento es particularmente útil en una democracia, en donde resulta necesario obtener votos que son patrimonio de aquellas posturas que están más cercanas a la propia en el espectro político. El centro parece tener un valor particularmente privilegiado en el debate político. ¿Cuánto valen realmente estos argumentos? Ya desde Aristóteles sabemos que la virtud ocupa una posición intermedia entre dos extremos viciosos, pero que este principio sea automáticamente aplicable a la praxis política es más que discutible. De partida, el propio Aristóteles enseña que, desde otro punto de vista, el del bien, la virtud no es un medio sino un extremo. La teoría del justo medio está lejos de ser un pretexto para la mediocridad. No podríamos decir, por ejemplo, que lo más deseable es un estado intermedio entre la guerra o la paz, o que es preferible un respeto medio, y no muy exagerado, de los derechos humanos o de las normas contrarias a la corrupción. Por tanto, hay que tener cuidado con el recurso a este procedimiento, no sea que se termine por caer en lo que un autor ha denominado el "extremismo de centro", que consiste en definir la propia postura política no en términos de lo que es mejor sino siempre de modo espacial, es decir, tratando de ponerse en una postura equidistante de las otras en pugna. Además, la receta de colocarse en el medio no es infalible: de ser así, ni Reagan ni Tatcher habrían llegado nunca al gobierno. A veces, más que una opinión intermedia, de lo que se trata es de mostrar posturas claras, de hacer ver cuáles son las necesidades del país.

Gran parte de las argumentaciones que hoy se escuchan están destinadas a mostrar cómo la propia postura es la más pluralista, tolerante, liberal, etc. Es la identificación con los principios que todos compartimos. Ya Marx y Burke

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

denunciaban cómo detrás de la Declaración de Derechos del Hombre y el Ciudadano no estaba el hombre puro y simple, sino el burgués, que revestía de universalidad lo que en el fondo no era más que su propio interés. Los lectores de Animal Farm, de Orwell encontrarán multitud de ejemplos acerca de cómo las invocaciones a la universalidad no siempre son tan universales como parecen.

Efectivamente es muy importante que una postura política sea tolerante o tenga cualquiera de las otras características. Sin embargo hay que tener siempre presente qué se está entendiendo por tolerancia, quiénes la entienden y qué alcance le dan.

Una variante del argumento anterior consiste en presentarse ante uno de los supuestos extremos como la alternativa para que no gane la posición que está más alejada del mismo. "Si no vota por el centro, se le dice a los partidarios de la derecha, terminará ganando la izquierda", o al revés.

Invocación al progreso

Otro modo frecuente de argumentar consiste en presentar la propia postura como progresista y la contraria como retrógrada. Este tipo de argumento probablemente no habría hecho mella en las sociedades premodernas, pero tiene gran eficacia allí donde se ha aceptado la idea del progreso indefinido y se considera que la tecnociencia es el medio para lograrlo. Se basa en la idea de que todo progreso particular es al mismo tiempo un progreso para el hombre entero, lo que es más que discutible. Por otra parte, estos argumentos distan de ser neutrales, pues suponen un determinado concepto del progreso y una idea del bien humano particular. Es progreso lo que lleve a realizar el propio ideal y es retrógrado lo que lo obstaculice. Este tipo de argumentos tiene un gran valor retórico pero poca consistencia, ya que bien podría ser utilizado en el sentido exactamente contrario, pues muchos pensarán que lo que nosotros llamamos progresos no es precisamente un avance. Debemos ser conscientes que en una sociedad plural las ideas de hombre y progreso son muy diversas, y no es lícito argumentar como si este problema estuviese ya solucionado y un grupo social tuviese el monopolio de la determinación de qué constituye un progreso y qué cosas no lo son. Cuando se invoca el avance o progreso de una sociedad es necesario pedir más explicaciones. La idea de progreso depende, a su vez, de la idea de hombre y de bien que se tiene. Según sea ésta, se llamará progreso a una u otra cosa. Aquí no hay neutralidad posible.

En la misma línea discurren las argumentaciones que apoyan una determinada política sobre la base de que ella ha sido aplicada o está siéndolo en

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

los países más desarrollados. Una cosa es que los países más desarrollados suelan aplicar políticas más sensatas que los de menor desarrollo, y otra muy distinta es atribuirles la infalibilidad o argumentar como si esa imitación llevara por sí sola al desarrollo. El ejemplo de otros países, supuesto que sea trasladable (en muchos casos no lo será), constituye únicamente una presunción digna de tener en cuenta, pero no es un argumento definitivo cuando se trata de determinar qué es lo mejor para una nación.

También está el argumento inverso, es decir, el nacionalista, que mira con malos ojos todo lo que venga de afuera. Vale para él lo que se señaló antes: el hecho de que algo venga de afuera no es de por sí ni bueno ni malo. Habrá que ver qué es lo que viene, de dónde viene y en qué medida es aplicable al caso propio. El argumento nacionalista ha sido empleado con frecuencia en el campo económico. No me gusta que las grandes empresas despidan a sus empleados, pero no me parece correcto que, cuando se trate de una empresa extranjera, se destaque, por ejemplo, que la transnacional Telefónica ha despedido a 2.600 chilenos. Con esto se da a entender que la razón del despido tiene más que ver con un choque de nacionalidades que con la racionalidad económica (en este caso, una racionalidad muy discutible). Otro tanto sucede con las discusiones que provoca la compra de grandes territorios ocupados por bosques nativos, por parte de conservacionistas que son extranjeros. La discusión en estos casos se centra en la lesión a la soberanía que supone la posesión de esas grandes extensiones de terrenos por parte de un extranjero. En un régimen de igualdad ante la ley, en cambio, la nacionalidad del adquirente debería ser considerada irrelevante[3].

Argumentos conservadores

Si en algunos casos, la invocación al progreso y a la apertura es un argumento particularmente eficaz, en otros tiene éxito precisamente lo contrario. La invocación a la tradición o al estado de cosas vigente puede tener gran eficacia. "Keine Experimente", decía Adenauer a sus electores. Y ellos lo mantuvieron en el poder por largos años. Se trata, en definitiva, de mostrar que las cosas andan bien, que en otros países hay caos y desorden, y que no vale la pena experimentar

[3] Salvo en contadas excepciones, como la adquisición de tierras en zonas fronterizas por parte de connacionales de un Estado vecino cuando éste prohíbe ese acto a los connacionales nuestros. Pero en este caso se trata de una aplicación del principio de la reciprocidad.

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

cuando se trata de cosas tan importantes como la paz, el respeto a la propiedad o la seguridad ciudadana. Con todo, este argumento tiene una duración limitada, y llega un momento en que la gente quiere simplemente cambiar. En ese momento no basta con señalar que la economía funciona y que no hay guerras, sino que hay que encontrar maneras más persuasivas de defender el estado de cosas vigente. Por ejemplo, hacer ver que la mantención de un cierto orden es precisamente lo que permite innovar, pero que el cambio debe provenir de las iniciativas individuales y no de la acción de los gobiernos.

Argumentos estratégicos

Hay toda una serie de argumentos que tienen interés no en sí mismos sino por el contexto en que son utilizados. El más típico de esos contextos es el que consiste en desviar la atención del público hacia un problema que no es el fundamental. Hace un tiempo, en nuestro país se incautaron los aviones de una compañía aérea acusada de lavado de dinero. La compañía reaccionó haciendo ver a la opinión pública que esa acción constituía un atentado a la libre competencia (pues favorecía a las compañías rivales) y una lesión del derecho al trabajo de los empleados de la compañía, pues producía desempleo. A eso se agregó el hecho de que la compañía era extranjera, lo que motivó una fuerte ola de protestas en ese país y diversos intentos por afectar los intereses chilenos en él. Se trata de un caso típico de desviación de atención. Si una compañía participa en operaciones de lavado de dinero y está vinculada al narcotráfico, es irrelevante que la suspensión de sus servicios beneficie o perjudique a otra empresa o a un grupo de personas. Lo fundamental de la discusión es si ese cargo es verdadero o falso. La compañía, como cualquier persona natural y jurídica, goza de una presunción de inocencia y en este caso la justicia determinó que no había fundamento plausible para los cargos que se le habían formulado. La compañía, entonces, tendrá derecho a reclamar del Estado chileno las indemnizaciones que correspondan y todo seguirá su curso ordinario. Pero eso no significa que no haya empleado una típica estrategia de distracción de la opinión pública. A veces, no son procedimientos voluntarios los que desvían la atención pública, sino ciertos acontecimientos salvadores, como triunfos deportivos o grandes tragedias, los que permiten a los gobiernos escapar de situaciones apuradas. Otras veces, las conmociones públicas son el momento propicio para introducir ciertas medidas o dar determinadas noticias que interesa que pasen inadvertidas. O al revés, la falta de noticias y el sopor veraniego puede

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

ser el momento oportuno para realizar determinadas acciones sin que haya la protesta u oposición que se produciría en circunstancias normales.

Los ejemplos de argumentos podrían multiplicarse. Lo reseñado hasta aquí nos muestra que los argumentos no son, en sí mismos, buenos o malos, pues su justicia depende en buena medida de la situación. Este hecho, su contingencia, no los priva de racionalidad: podrán tenerla si se ajustan a las circunstancias. La tarea de calibrar y sopesar las circunstancias no es algo caprichoso o arbitrario, sino estrictamente racional, aunque con una racionalidad no especulativa, sino práctica, es decir, cuya exactitud no es absoluta[4].

III. LA RACIONALIDAD EN LA ARGUMENTACION POLITICA

Es el momento de volver al problema del que partimos, a saber, si el modo en que se utilizan las actuales técnicas publicitarias constituye una demostración de que la racionalidad no tiene lugar en la vida política. Comencemos por una opinión muy respetable, la de Popper, que piensa que "sería relativamente fácil superar las dificultades tecnológicas que obstruyen el camino hacia metas tales como la conducción de las campañas electorales mediante la apelación, no a las pasiones, sino a la razón. No veo ninguna razón, por ejemplo, para que no se imponga un tamaño, aspecto, etc., uniforme a los panfletos electorales, eliminándose todo cartel (esto no tiene por qué hacer peligrar la libertad, así como no la perjudican, sino más bien la benefician, las limitaciones razonables impuestas a los litigantes ante un tribunal de justicia). Los actuales métodos de propaganda constituyen un insulto al público y también a los candidatos. Jamás debiera utilizarse una propaganda apta quizá para vender jabón, pero no para cuestiones de tal magnitud"[5].

La idea es interesante, pero presenta múltiples debilidades. De partida, no sé si estaremos de acuerdo en entregarle un nuevo poder al Estado, en este caso, el de controlar la propaganda política. Además, supuesto que se consiguiera lo que Popper pretende, habría mil formas de burlar esas reglamentaciones. En la época en que Popper escribió La sociedad abierta y sus enemigos la actividad de un candidato consistía fundamentalmente en aparecer en ciertos afiches en las

[4] Los argumentos reseñados son empleados por los actores políticos más relevantes. Habría que desarrollar también aquellos que son fruto de la iniciativa de los propios ciudadanos. El más notable es el voto de protesta, que ha adquirido un protagonismo especial en las elecciones legislativas de Argentina en 2001.
[5] K. R. Popper, La sociedad abierta y sus enemigos. Barcelona. 1982, 625 nt. 27 (traducción de la segunda edición revisada: Londres. 1945).

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

calles y reunirse con sus potenciales votantes en teatros o, si las cosas iban mejor, en grandes manifestaciones. Hoy el panorama es mucho más complicado y me temo que no es posible intentar regulaciones semejantes.

Quizá la objeción en contra de la presunta irracionalidad que la propaganda pone en la política, se diluya un poco si atendemos más de cerca a su papel. Si consideramos que los afiches que inundan nuestras ciudades son una forma de argumentación política, el resultado será desalentador. Sin embargo, es posible que esos carteles no sean ni deban ser considerados argumentos. Su papel es mucho más modesto: tan sólo pretenden recordar que un candidato existe, atraer sobre él la atención. Sin ese cautivar la mirada nunca se producirá el proceso de análisis de los contenidos de los distintos proyectos en disputa. Pensemos seriamente en la gente que nos rodea: ¿conocemos a una persona que haya votado en las últimas elecciones sólo porque le gustaba la sonrisa del candidato en los carteles? Detrás de cada voto hay un análisis que es, o puede ser, racional, aunque lógicamente admite muchos grados. La mayoría de los que votaron por un candidato sabían perfectamente lo que estaban haciendo y por qué lo hacían. Es posible que después hayan descubierto que estaban equivocados, pero eso no transforma a la decisión en irracional, sino, en el peor de los casos, en errónea.

Si la gente decidiera sobre la base exclusiva o principal de la publicidad probablemente votaría en blanco, porque esas imágenes muchas veces nos dejan perplejos. Nos dan ideas muy parecidas en una estética también muy similar. Si esto es así, si la racionalidad opera después de que se ha visto la propaganda, y si ésta en gran medida permite no convencer al elector sino tan sólo ser considerado por él al momento de elegir, no ser excluido de las opciones que sopesa, ¿no podríamos ahorrarnos ese gasto?, ¿no hay forma de destinar esos cuantiosos recursos a cosas más productivas?

La respuesta no es sencilla. En algún caso se ha intentado, y con éxito, prescindir de la propaganda electoral. Pero se trata de personas que ya ocupaban un lugar en el Parlamento y eran ampliamente conocidas por la opinión pública. Su campaña consistió en hacer como si no hiciera campaña. Eso le dio un enorme atractivo y le permitió canalizar la indignación de los electores cada vez que veían las murallas de su ciudad ensuciadas por la propaganda electoral. Otras veces ha sucedido que la enorme desventaja en el caudal publicitario de uno y otro candidato ha terminado por favorecer al más débil. El caso más típico es el de la derrota del bien acaudalado Vargas Llosa en manos del entonces casi desconocido y completamente desprovisto de recursos Fujimori. Era tal la diferencia que se produjo la natural compasión que todos sentimos por David cuando enfrenta al

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

gigante Goliath. Otro tanto sucedió con una candidata independiente, que en la franja electoral no tenía más de dos segundos y sólo alcanzaba a decir el nombre de su ciudad. Era tan injusta la marginación frente al sistema establecido que consiguió una cantidad de votos y una fama que no habría obtenido quizá si hubiese tenido más medios.

El drama que estamos viviendo es la necesaria consecuencia de estar intentando algo que en otros tiempos parecía imposible. Aristóteles dice que no resulta posible gobernar una polis con 100 mil habitantes, dado que es imposible mantener el mínimo de contacto personal que hace que sea físicamente posible. Hoy día, a través de los mecanismos de representación y gracias a los medios de comunicación, podemos darnos el lujo de tener democracias en donde son gobernados 200 veces más seres humanos que la cifra que Aristóteles, en un ejercicio de imaginación, consideraba como un límite ridículo e imposible. Eso es algo notable, que habría llenado de admiración al estagirita, pero que indudablemente implica muchos costos y distorsiones.

La distorsión más grave, con todo, no es la que deriva del espectáculo al que deben someterse los políticos en su necesidad de ser mínimamente conocidos, sino los recursos económicos que, por lo general, hay que movilizar para obtener un lugar en un Parlamento contemporáneo. Porque los casos que he señalado son una contada minoría, y los traigo a colación precisamente porque constituyen una excepción. En buena medida, nuestras democracias mantienen una inevitable tendencia plutocrática, no en el sentido en que sean los ricos los que gobiernan o legislan, pero sí en cuanto, si no las personas, al menos los partidos requieren contar con enormes recursos. Las soluciones que se han dado para resolver esta distorsión resultan en muchos casos peores que la enfermedad. Al menos después del Affaire Kohl y los pagos indebidos a la Democracia Cristiana alemana, resulta difícil creer que el financiamiento estatal de la propaganda política pueda ser una solución de fondo[6]. La tentación de desequilibrar la balanza poniendo en ella fondos distintos de los estatales es demasiado grande como para que pueda resistirse mucho tiempo por muchas personas.

Sucede que no podemos comunicarnos a menos que recurramos a los medios de comunicación, pero éstos tienen un formato tal que terminan condicionando el mensaje mismo que se quiere transmitir. Al menos podemos conformarnos que con las nuevas tecnologías de comunicación siempre queda el

[6] Además, en la medida en que se basa en las votaciones históricas desalienta a los candidatos independientes y tiende a consolidar el estado de cosas vigentes, lo que no siempre es una ventaja.

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

consuelo de que una modesta página en Internet puede ser tan visitada como la de la compañía más poderosa: al menos en teoría. Sirva también de consuelo el hecho de que hoy no estamos condenados a asistir a esas grandes concentraciones de masas en donde la demagogia y una retórica ampulosa estaban como en su casa. No se puede decir que cualquiera tiempo pasado haya sido mejor. Es posible que las decisiones de los electores no sean las mejores, pero hay que reconocer que en muchos países la demagogia tradicional es el mejor modo de perder una elección. Este hecho habla muy bien de nuestros conciudadanos. Así, por ejemplo, un tiempo antes de la elección presidencial en un determinado país, el Frankfurter Allgemeine Zeitung anticipó que un cierto candidato iba a ser el ganador porque era aburrido y no hacía grandes promesas, cosa que a los ojos de sus conciudadanos tenía un valor especial.

Por otra parte, la mediación de los medios de comunicación ha ido acompañada por una considerable disminución de la violencia, no sólo física sino incluso verbal. Si es una consecuencia de la lógica que imponen los medios o un fenómeno paralelo, que no conoce relación causal, es una cuestión que no estoy en condiciones de resolver, aunque me inclino más bien por la primera posibilidad. Una persona enojada se ve particularmente mal en la televisión. Una salida de tono puede significar que un candidato sea puesto en ridículo tantas veces como las que se repite un gol o una falta en una transmisión deportiva. Los actos de violencia pueden ser juzgados sin pasión por el televidente que está cómodamente sentado en su casa, y que conserva la cabeza fría, a diferencia de los que están involucrados en una manifestación callejera, que pueden sentirse justificados por el fervor de los que los rodean. Todo eso, naturalmente, no es suficiente para producir actitudes pacíficas, pero sí permite que se den con mayor facilidad.

Muchos se quejan en los países más desarrollados en que las imágenes de los diversos contendores apenas se diferencian. Pelo corto, ropa cuidada, aspecto ligeramente informal y una sonrisa, son los componentes necesarios de toda campaña política. Sin embargo, también puede verse esa homogeneidad de otra manera, y decirse que las diferencias se expresan hoy con lenguajes más sutiles. Además, aunque no fuera así, ¿no está reflejando ese parecido estético el hecho de que los contenidos de los diferentes programas son mucho más semejantes que antaño?, ¿y no es ése un hecho positivo? Los Tupamaros y Bordaberry, Aldo Moro y las Brigadas Rojas, los Montoneros y Videla, parecían extraordinariamente diferentes simplemente porque lo eran. En cambio, cuando los contenidos se asemejan, no debe extrañarnos que los envases también. Esto va inevitablemente

Artículo: Instituciones Políticas y Derecho Político: La argumentación política y sus formas
Revista: Nº212v2, año LXX (Jul-Dic, 2002)
Autor: Joaquín García-Huidobro Correa

REVISTA DE DERECHO
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ISSN 0303-9986 (versión impresa)
ISSN 0718-591X (versión en línea)

acompañado por una cierta apatía política, que es una enfermedad que sólo se da en cuerpos saludables. Sólo los que tienen todo perdido y los que no se juegan la vida en una elección pueden darse el lujo de la apatía.

El hecho de que, salvo excepciones, en los países llamados democráticos se haya producido una renuncia generalizada a la violencia es un avance que no deberíamos dejar de aquilatar. Es la condición necesaria para que puedan oírse los argumentos. Si no se oyen es porque no los damos. No culpemos a la política actual ni a sus formas estéticas, sino a nuestra falta de imaginación. La tarea que tenemos por delante es, en buena medida, encontrar lenguajes y modos de expresión que sean adecuados a las nuevas vías de comunicación y a las sensibilidades actuales. No todos las encontrarán, y habrá sectores políticos o grupos dentro de ellos que están condenados a desaparecer. Pero eso es la regla general de la historia. La diferencia es que hoy desaparece el que quiere, es decir, aquel que no quiere desarrollar un lenguaje que sea comprensible en la nueva situación, y en otras épocas de la humanidad desaparecía el que no contaba con la aptitud física para seguir adelante. La diferencia no es pequeña.