

La razón, la emoción y el cálculo político

**Alfredo
Torres
Guzmán (*)**

Analista



El reciente debate sobre la pena de muerte ha puesto nuevamente en evidencia la distancia que existe entre la visión de los intelectuales que participan activamente en el debate nacional como analistas o líderes de opinión y la opinión pública. La gran mayoría de los primeros ha declarado y escrito numerosas veces en contra de la pena de muerte propuesta por el presidente Alan García. En cambio, la opinión pública se ha pronunciado —a través de las encuestas— reiteradamente a favor.

La inmutabilidad de la opinión pública frente a la amplia y robusta gama de argumentos esgrimidos en contra de la pena de muerte pone incluso en cuestión el concepto mismo de líderes de opinión, ya que en este caso es evidente que estas personalidades no han logrado influir sobre la población. Generalmente se cree que con más información la población puede tomar mejores decisiones. La verdad es que existe una enorme distancia entre información y entendimiento. Ciertamente, es fundamental contar con información fidedigna pero información no proporciona por sí misma la sabiduría

que permite comprender a cabalidad el contexto en el que se sitúa un problema y las consecuencias de la decisión que se va a tomar.

Como sostiene la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann, la opinión pública se forja a partir de tradiciones, valores, prejuicios, modas y miedos antes que por posturas plenamente racionales. Por ello, es muy difícil persuadir con argumentos racionales en un tema en el que la po-

“Es muy difícil persuadir con argumentos racionales en un tema en el que la población está muy cargada emocionalmente”

blación está muy cargada emocionalmente. En el respaldo a la pena de muerte confluyen una serie de sentimientos, desde la ancestral propensión a la venganza hasta la enraizada desconfianza en la policía y el sistema penitenciario.

A diferencia de los intelectuales, a los líderes políticos no les interesa tanto la verdad sino el poder. Para llegar al poder y permanecer en él, los políticos sa-

ben que deben lograr un vínculo emocional con el electorado. Por ello siguen con atención el estado de ánimo de la opinión pública y ceden con frecuencia a la tentación de hacer promesas que conciten el aplauso y el voto de la población, sin medir las consecuencias. Alan García ofreció durante la campaña electoral la pena de muerte y es posible que en alguna medida dicha promesa haya contribuido a su triunfo electoral. Pelear por ella lo ayuda a conservar, por ahora, el esquivo apoyo popular.

No se le puede pedir a un político que ignore a la opinión pública. Por el contrario, es importante que la escuche bien, pero no necesariamente para hacer lo que ella le pide sino para saber comunicarse con ella. La mayor responsabilidad de un dirigente político es conducir a su pueblo hacia el bienestar. Todo buen gobernante sabe que para construir un mayor bienestar debe a veces incumplir alguna promesa o tomar medidas impopulares. Por ello, asimismo, es preferible una democracia representativa a una democracia 'directa', vía referéndum. Porque a pesar de los cuestionamientos a la idoneidad de muchos representantes parlamentarios, siempre será más razonable discutir y conseguir la aprobación de una decisión compleja entre un conjunto limitado de representantes que con la participación directa de la población.

Lo más probable es que García haya planteado un referéndum en torno al tema de la pena de muerte como un recurso adicional para sostener su popularidad. Sin embargo, no sería razonable que llevara su iniciativa hasta las últimas consecuencias, ya que quedaría muy mal parado ante la historia, pues es indudable que la pena de muerte será vista en el futuro como un acto de barbarie. Parece ser que García entiende la política como una sucesión de batallas que le permitan aglutinar al pueblo tras de sí. Si es así, su gabinete debería ayudarlo a escoger mejor a sus adversarios (la desnutrición infantil, que es un asesino en serie, por ejemplo), de manera que sus triunfos sean realmente trascendentes y no sean solo un montaje para el aplauso.

ILUSTRACIÓN VÍCTOR AGUILAR



* PRESIDENTE EJECUTIVO DE APOYO
OPINIÓN Y MERCADO