

El gobierno representativo: el progreso pre-electoral

EN NUESTRA NOTA ANTERIOR (1) hicimos una serie de consideraciones sobre la forma representativa de gobierno y su íntima relación con los sistemas electorales. Al hacer referencia al grado de participación popular en ellos, inevitablemente participábamos en el debate actual sobre derechos de mayorías y minorías.

Mayorías y minorías en la historia política argentina, además de ser un tema apasionante por las aristas polémicas que suscita, es también un tópico donde la objetividad se hace difícil. Analizar si la causa de la crisis política e institucional argentina es producto de la falta de respeto de las mayorías por las minorías o si son éstas las que, desconociendo aquéllas, han producido las sucesivas rupturas institucionales, nos llevaría a un terreno en el que, posiblemente, nuestra subjetividad militante estaría reñida con la debida objetividad que merece este enfoque. Nos limitamos, por lo tanto, a señalar que toda teorización sobre este tema tiene que estar basada en el análisis de hechos políticos que no pueden ser aceptados "a priori" sin una previa comprobación histórica. Es decir, no hay valores sobreentendidos, hay datos a verificar.

Dejemos de lado, pues, esa cuestión para ocuparnos de otro aspecto que pocas veces se lo considera en su debida importancia: el proceso pre-electoral.

LA "MOTIVACION" EN EL CUARTO OSCURO

Hay coincidencia ya, por lo menos teórica, de que para que una elección sea democrática no deben existir proscripciones. Toda proscripción vicia de nulidad cualquier acto eleccionario. Pero no sólo aquéllas constitu-

por
**NORBERTO
D'ATRI**

yen un vicio formal que priva de legitimidad al gobierno surgido de esas elecciones. En la Argentina actual no basta con que el día de la elección el ciudadano pueda encontrar en el cuarto oscuro la cantidad de boletas que guste. Es necesario, además, que el impulso de la mano que tomará una de ellas esté legítimamente motivado.

No escapa a la comprensión de nadie que una campaña electoral realizada hoy, difiere fundamentalmente, en modo y forma, de las realizadas treinta o veinte años atrás. Un partido político podía hacer antes una buena elección con un buen conjunto de oradores en los actos callejeros y un buen material humano que pintara paredes y distribuyera volantes. En la actualidad eso ya no tiene vigencia. Un pantallazo publicitario de 20 segundos difundido por televisión, suple con éxito toda esa acción anterior, sobre todo en los grandes centros de población y sus zonas de influencia, que son las que deciden. Así como una eficaz publicidad "obliga" a consumir una determinada marca de cosmético, así también una campaña publicitaria bien hecha puede hacer "consumir" al ciudadano un candidato determinado. Lo que decimos para la televisión vale para los otros medios de comunicación masivos, como la radiotelefonía y el periodismo.

LA "INFORMACION DIARIA"

Un equívoco muy generalizado consiste en creer, o hacer creer, que la existencia de libertad de prensa consiste solamente en la libre impresión y difusión de periódicos. Y no es así. La libertad de prensa está íntimamente relacionada con la libertad de información y con el caudal de ésta que inevi-

tablemente "consume" todos los días el ciudadano. Que uno o varios ciudadanos o que un determinado grupo político edite un periódico de mil o dos mil ejemplares, que se vende o distribuye entre un grupo de personas que, generalmente, coinciden con la orientación de dicho periódico, es un hecho que hace, desde luego, a la libertad de prensa, pero tiene muy poco que ver con la libertad de información. Eso no "forma opinión". Esta se forma con lo que el ciudadano "consume" diariamente, la más de las veces inconscientemente, a través de ese periódico que adquirió para tomar conocimiento de un hecho deportivo, policial o artístico, pero que, accesoriamente, "recepta" un material informativo que no buscó.

Ejemplificando: lo que yo digo en esta nota puede ser leído, discutido, aceptado o rechazado por un grupo de personas muy importante y calificado, pero su trascendencia no puede ser nunca comparable al de una noticia aparecida en un matutino o ves-

pertino de esta capital. Entonces, en la medida en que yo o los que coinciden con lo que yo escribo, no tengan la misma posibilidad de expresarse masivamente con la misma trascendencia, con que los *intereses muy especiales* que esas empresas periodísticas representan, pueden hacerlo, la libertad de prensa es un mito.

(Sigamos ejemplificando, que desde luego no es un método para sentar cátedra, pero que empíricamente ayuda mucho. Hace unos días un vespertino de Buenos Aires, atribuyó a dos sacerdotes ciertas declaraciones como consecuencias de las cuales, ambos fueron a parar a la cárcel. Las personas que fuimos testigos de las palabras de esos sacerdotes no pasaríamos de 400, las que leyeron esas "declaraciones" fueron millones. La "libertad de prensa" quedó a salvo, los sacerdotes quedaron presos...).

¿Cómo puede ser libre un proceso electoral donde los distintos candidatos no cuentan con las mismas posibilidades de expre-



sarse por esos medios de comunicación y de ser "receptados" por la ciudadanía en la misma forma?

Se nos podrá objetar que estamos prejuzgando. En el plano ideal, puede ser. En el de la realidad, no. Sea cual fuera sus nombres o rótulos, en las elecciones venideras —mediatas o inmediatas— habrá candidatos que representen la ideología liberal (nos referimos al campo económico) y quienes impugnen esa posición. ¿Es un secreto para alguien, que las *grandes* empresas que controlan los *grandes* medios de comunicación, esos que hacen "consumir" información, están adscriptos en la corriente liberal? ¿Podrá un candidato no-liberal —si es legítimamente eso y no un "engañapichanga" ideológico— hacer oír su voz con la misma intensidad y profundidad que los otros? ¿Qué pasará cuando se le "atribuyan declaraciones", que en aras a la "libertad de prensa" no merezcan ser rectificadas?

LA FINANCIACION DE UNA CAMPAÑA

Además queda otro aspecto insoslayable por considerar: los recursos económicos necesarios para financiar una campaña electoral. Porque puede suceder que la TV, la radio, la prensa, la publicidad en la vía pública, queden expeditas... a todo aquel que pueda pagarlas. ¿De dónde provendrán esos fondos para financiar la campaña? ¿Qué pasará si un candidato sostiene que ciertas empresas de capital extranjero deben ser nacionalizadas y otro, en cambio, que deben ser respetadas?

Adivinamos también la objeción: se nos dirá que es lo mismo que cinco empresas aporten cien millones de pesos cada una a determinada candidatura, que un millón de ciudadanos se coticen con quinientos pesos cada uno para apoyar otra. Aritméricamente es así; políticamente, no. No es lo mismo recibir cinco cheques, que organizar un equipo humano capaz de mantener contacto personal con un millón de electores. Aceptamos también una objeción mucho más sutil que se nos puede hacer: si la elección se plantea entre un candidato liberal y otro, llamémosle "populista", no sería raro que un considerable factor de poder, como son los sindicatos, apoyasen a éste y pudieran brindarle apoyo financiero. Teóricamente puede ser así; en la práctica, no. Por varios motivos. Primero, porque los recursos financieros de

que disponen en la actualidad los sindicatos son exiguos, en comparación con los que pueden disponer las empresas privadas extranjeras y, segundo, porque no es lo mismo la unanimidad de criterio ideológico existente entre los miembros del directorio de esas empresas que la que existe en el seno de los sindicatos. Como no es el mismo, tampoco, el control de fondos que existe, o puede existir, en un sindicato que en una empresa privada.

Resumiendo: si en un proceso pre-electoral no se toman recaudos —y es al gobierno, lógicamente, al que le compete esa misión— para que los medios de comunicación estén al alcance de todos los participantes en igualdad de condiciones y oportunidades, esas elecciones serán, irremisiblemente, fraudulentas. Y otra vez la legitimidad del poder será cuestionada.

BASES Y PUNTOS DE PARTIDA

Nuestra contribución, por lo tanto, al gran debate nacional que ineludiblemente se acerca, sobre la *salida política* está dada: libre acceso al comicio para todos, igualdad de oportunidades en el período previo al acto electoral, sistema electoral que permita expresarse a la auténtica mayoría, garantía de que esa voluntad mayoritaria será respetada y no se la tramará ni condicionará en el ejercicio de su gobierno.

Esas son, a nuestro juicio, las condiciones mínimas e indispensables para hallar una *salida política* que pueda constituirse en *entrada* de un proceso pacífico y constructivo.

Desde luego que hay otras cartas en el mazo, pero no recomendamos su uso en este juego. Edificar al pie de un volcán nunca fue tarea sensata ni perdurable.

"El sufragio está justificado por la experiencia secular como una forma de selección legítima de las clases gobernantes, aunque la razón se oponga a las fantasías del «contrato social» e incluso al dogma de la soberanía del pueblo, en que se funda la religión democrática". — Ernesto Palacio, "Teoría del Estado". ♦

(1) "El Gobierno Representativo: Mayorías y Minorías". Estudios n. 614.