

GRANDES IDEAS

EL INDEPENDIENTE, 9 JULIO 1990

TOM PAINE = ANTONIO GARCÍA-TREVIJANO

Los descubrimientos de la investigación científica sobre el comportamiento electoral coinciden con las impresiones de la experiencia. A mayor grado de vaguedad y de abstracción en las fórmulas de captación de voto corresponde mayor grado de incultura política en los votantes. Esta ley sociológica produce, en España, la extrañeza de que la máxima vaguedad concebible en los programas de partido («una sociedad más justa y solidaria» y cosas por el estilo) no llega a provocar la máxima imbecilidad imaginable en el cuerpo electoral. Parecen más incultos los elegidos que los electores.

La explicación de esta aparente anomalía no es difícil. Aquí no se vota en función de problemas definidos y soluciones propuestas. Cuando por una vez se hizo, proponiendo la creación de ochocientos mil puestos de trabajo para resolver el paro, el arbitramento del remedio fue peor que el mal de la vaguedad. Desde entonces ningún partido se atreve a salir de las «grandes ideas» y de las abstracciones tópicas.

El elector, por la naturaleza efímera de su función, no puede analizar las grandes ideas, separar sus elementos integrantes, ponderar sus vínculos con la situación concreta. Es incapaz de calcular los procesos reales que exigiría su ejecución, de medir sus consecuencias. Por ello se simplifica su trabajo haciéndole elegir una, entre varias, síntesis. Pero los partidos, preocupados por evitar ese mínimo esfuerzo intelectual de «gran simplificación», ofrecen al votante la «gran simpleza» de elegir no una síntesis cultural que pueda comprender, sino una fórmula sintética que le pueda agrandar, con la que se pueda identificar. Las «grandes ideas», no siendo objetivos ideales de superación, devienen meros símbolos de identificación social. Las etiquetas electorales invitan al votante a identificarse con los suyos, como en las sociedades cerradas, por la adopción de unas mismas grandilocuencias.