

SEMINARIO | INTERDISCIPLINAR

O(S) SENTIDOS(S) DA(S) CULTURA(S)

COORDINADO POR | RAMÓN MÁIZ

XOVES | 20.XUÑ. | 17:00 H

CONSELLO DA CULTURA GALEGA

EL LUGAR

DE LAS

EMOCIONES

EN LA POLÍTICA

POR VICTORIA CAMPS



CONSELLO  
DA CULTURA  
GALEGA



CICLO O(S)  
SENTIDO(S)  
DA(S)  
CULTURA(S)



SEMINARIO | INTERDISCIPLINAR

O(S) SENTIDOS(S) DA(S) CULTURA(S)

COORDINADO POR | RAMÓN MÁIZ

XOVES | 20.XUÑ. | 17:00 H

CONSELLO DA CULTURA GALEGA

EL LUGAR

DE LAS

EMOCIONES

EN LA POLÍTICA

POR VICTORIA CAMPS

Consello da Cultura Galega

Pazo de Raxoi, 2º andar

15705 | Santiago de Compostela | Galicia

981957202 | [difusion@consellodacultura.org](mailto:difusion@consellodacultura.org)

consulta os materiais en | <http://consellodacultura.org/mediateca>



# VICTORIA CAMPS

Catedrática emérita de Filosofía moral e política da Universidade Autónoma de Barcelona. Foi senadora polo PSC-PSOE durante os anos 1993-1996 e conselleira do Consell Audiovisual de Catalunya entre 2002 e 2008. Actualmente é presidenta da Fundació Víctor Grifols i Lucas e membro do Comité de Bioética de Catalunya. Foi Presidenta do Comité de Bioética de España.

Entre os seus libros destacan *La imaginación ética*, *Virtudes públicas* (Premio Espasa de Ensaio), *Paradojas del individualismo*, *El siglo de las mujeres*, *La voluntad de vivir*, *Creer en la educación*, *El declive de la ciudadanía*, *El gobierno de las emociones* (Premio Nacional de Ensaio). En 2008 foi galardoada co Premio Internacional Menéndez Pelayo. O seu último libro é *Breve Historia de la Ética* (RBA, 2013).



# EL LUGAR DE LAS EMOCIONES EN LA POLÍTICA POR VICTORIA CAMPS

*Nada grande se ha hecho nunca sin entusiasmo*

Ralph W. Emerson

I

El propósito general de mi libro, *El gobierno de las emociones*, fue investigar cuál es el lugar de las emociones o los sentimientos en la ética. Partía de dos intuiciones: 1) que sólo las emociones nos mueven a actuar; 2) que las emociones son gobernables y dicho gobierno es uno de los cometidos de la ética. En lo que sigue, expongo las líneas generales de dicha investigación, y la aplicación de la misma al discurso de la política.

## Las emociones en la filosofía moral

“Emociones” es un vocablo de gran difusión actual, que designa una serie de términos análogos, utilizados con frecuencia en el lenguaje de la filosofía moral: “sentimientos”, “pasiones”, “afectos”. No todos los filósofos han establecido una relación positiva entre el comportamiento moral y la parte afectiva del ser humano. Por lo general, sobre todo en la modernidad, la ética ha sido entendida como la expresión de la actividad racional más pura. Hemos heredado una ética sobre todo “de principios” o “de consecuencias” y, mucho menos, una ética de las virtudes, es decir, una ética perfeccionista, centrada en los hábitos que debe adquirir el ser humano para lograr la excelencia. Más allá de la filosofía, los estudios sobre el cerebro ponen de manifiesto que el cerebro no es una máquina de pensar de acuerdo con ciertas reglas, sino que primariamente sirve para “sentir”.

Aristóteles es el mejor exponente de una ética de las virtudes, la mayoría de las cuales las coloca en la parte sensitiva del alma, más que en la racional. Para Aristóteles, la ética no debiera ser una tarea especulativa, sino práctica: la formación del ethos o carácter de las personas. Otro filósofo que no concibe la ética separada de las “afecciones” del cuerpo es Spinoza, para quien la alegría y la tristeza son los afectos que explican el aumento o la disminución de la potencia de actuar del ser humano. El tercer filósofo que merece ser destacado por su valoración de los sentimientos por encima de la razón es Hume cuya teoría moral se resume en la conocida frase: “la razón es esclava de las pasiones”. A juicio de Hume, no es la razón la que explica la distinción entre el bien y el mal, sino el sentimiento de simpatía o empatía con los otros, que es intrínseco a la naturaleza humana.

Es importante que la ética de nuestro tiempo recupere las lecciones de los tres filósofos mencionados y preste más atención al lugar que el sentimiento tiene en ella. Es una forma de fijarse en los móviles del comportamiento moral, un tema poco abordado por las teorías filosóficas, y dependiente, tal vez, de una concepción excesivamente pesimista de la condición humana, a causa de su vulnerabilidad y contingencia. Fijarse en las emociones es también una forma de corregir la idea, me temo que demasiado generalizada, de que basta elaborar códigos morales o legislar para que las conductas cambien. Efectivamente, la función de los principios y las normas es transformar los comporta-



mientos individuales y sociales, pero esa transformación depende asimismo de la voluntad que debe acostumbrarse a querer el bien, lo cual requiere un aprendizaje y una formación no sólo en el conocimiento de derechos y principios, sino en el de cómo gestionar y administrar los sentimientos. El “qué debemos hacer” no puede discurrir al margen del “qué debemos sentir”. La educación de un niño consiste en gran medida en enseñarle a sentir las emociones adecuadas para cada ocasión: llorar y reírse cuando el caso lo pide, avergonzarse e indignarse ante lo que está mal, confiar en quien lo merece y sentir compasión de quien sufre. La moral no consiste solo en realizar algunas acciones buenas, sino en tener un “alma sensible” que induzca a actuar en consecuencia. Decía Hutcheson: “Aquello que se siente como bueno constituye un deber, quien carece de un alma sensible es incapaz de reconocer deber alguno”.

Necesitamos una ética porque sabemos que la realidad humana es social y que no tenemos más remedio que entendernos. Es lo que ha llevado a la filosofía moral a buscar principios universales, comunes a toda la humanidad y definitorios al mismo tiempo de esa humanidad. Parece lógico que esos principios presupongan a su vez una comunidad de sentimientos. Una comunidad que comparta ideas como que las desigualdades, las discriminaciones, las tiranías, las distintas expresiones de la violencia no son justas. Una comunidad que, a su vez, sienta rechazo y repugnancia hacia quien no vive de acuerdo con tales ideas, y se entusiasme, en cambio, ante las manifestaciones de la justicia. La visión racional del mal debiera producir un rechazo emotivo de lo que está mal; o, al revés, el rechazo emotivo de ciertas realidades nos ha llevado a la convicción de que las rechazamos porque no son como deberían ser.

Pero la apreciación positiva del papel de las emociones no puede llevarnos a sustituir la ética racionalista por una ética emotivista. Porque ello sería relativizarla y subjetivizarla, exaltar el sentimiento por sí mismo y dejarlo que se exprese tal cual es. O situar el fundamento de las convicciones morales en la adhesión sentimental a ellas, como hizo en su época el emotivismo. Algo de todo ello hay en el actual culto a las emociones que, para Michel Lacroix “representa el apogeo del culto al yo”. Desde tal perspectiva, la educación seguiría una trayectoria equivocada, no formativa, al dar más valor a la espontaneidad del niño, que a la necesidad de encauzarla. La función de la educación moral es enseñar a gobernar las emociones poniéndolas al servicio de los fines de la vida humana: vivir justamente y vivir bien. Hacer algo parecido a lo que

propuso Aristóteles en su *Retórica*: analizar cada una de las pasiones viendo los aspectos positivos y negativos de ellas y la forma de potenciarlas. Ya que, como se dice en la *Ética a Nicómaco*: “Cualquier puede enfadarse, eso es algo muy sencillo. Pero enfadarse con la persona adecuada, en el grado exacto, en el momento oportuno, con el propósito justo y del modo correcto, eso, ciertamente, no es tan sencillo”.

Me inspiro en quienes afirman que las emociones tienen un componente cognitivo fundamental. Justin Oakley, en el libro *Morality and the Emotions* (1992), define a las emociones como “un complejo de afectos, cogniciones y deseos”. Emociones como el miedo o la compasión consisten, en efecto, en modificaciones corporales o psíquicas que indican que la idea de algo visto, oído o pensado afecta a la persona. La afección se produce por causa de pensamientos o creencias que relacionamos con determinados fenómenos, los cuales, a su vez, derivan en el deseo de evitar o, por el contrario, mantener la causa de la emoción. El temor a ser víctimas de un robo en una calle concurrida de una gran concentración urbana tiene su fundamento en creencias derivadas de experiencias oídas o vividas en carne propia. Esa creencia genera, como es lógico, el deseo de evitar que el robo se produzca. El amor a otra persona se basa en la creencia de que esa persona lo tiene todo: se puede confiar en ella, es atractiva, es interesante, es guapa. Uno desea al mismo tiempo que esa creencia no se vea frustrada, sino alimentada por el contacto con la persona querida. Las emociones pueden proceder de creencias o cogniciones equivocadas, de hecho, muchas veces ocurre así. En cualquier caso, la causa de una emoción determinada es una cierta visión (cognición) de las cosas, que genera rechazo o deseo de permanencia.

Tanto el componente cognitivo de las emociones como el desiderativo interesan especialmente para la perspectiva moral sobre las mismas. Nos importa saber qué las provoca y cómo influyen en la conducta, qué creencias las alimentan y qué motivaciones para actuar derivan de ellas. Desde tal punto de vista, las emociones han sido definidas también como “disposiciones mentales” que generan actitudes (Richard Wolheim, *Sobre las emociones*, 1999). Su vinculación con el deseo las convierte, efectivamente, en disposiciones a obrar, que proporcionan a la persona una orientación, la cual viene dada por las creencias que uno tiene sobre la realidad, y se proyecta hacia un objetivo propiciado por el deseo. Las creencias proveen a la persona de una “imagen

del mundo que habita”, mientras los deseos le proporcionan “objetivos o cosas a las que aspirar”. El puente que vincula las creencias al deseo es el estado emotivo. Dicho de otra forma, las creencias crean un mapa del mundo y los deseos apuntan a recorrerlo o, por el contrario, a evitarlo.

Al investigar sobre las emociones más clásicas –la vergüenza, el miedo, la ira, la compasión, la confianza- descubrimos dos características constitutivas de la emoción: la ambivalencia y la vinculación de las mismas con la vulnerabilidad del ser humano. La ambivalencia pone de manifiesto que ninguna emoción es, por sí misma, inadecuada, si bien puede llegar a serlo dependiendo de las circunstancias que la suscitan, como puede ser también, por el contrario, un estímulo excelente para el comportamiento correcto y justo. Por otra parte, con la emoción se expresa la subjetividad de cada persona, es decir, lo que hay en nosotros de más débil, contingente y vulnerable. “Las emociones son la expresión del verse necesitado, de la falta de autosuficiencia”, escribe Martha Nussbaum. Tal es la explicación de que los sentimientos hayan sido devaluados por la filosofía moral, potenciando, por el contrario, la razón, pretendidamente universal y capaz de descubrir lo que debiera ser necesario y no contingente: la ley moral.

Ambas características, la ambivalencia y la vulnerabilidad de las emociones o los sentimientos, ponen de manifiesto asimismo la posibilidad de moldearlos y transformarlos. Si en ciertas circunstancias cumplen una función positiva, para el individuo y para el conjunto de la sociedad, y en otras no, quiere decir que es posible utilizarlas y orientarlas hacia el fin que nos proponemos. Algo que no ha pasado desapercibido y que ha llevado a instrumentalizar ciertas emociones o a silenciar otras en beneficio de un statu quo al servicio de los intereses dominantes. La vergüenza, por ejemplo, la han padecido más las mujeres que los hombres, el miedo ha sido y es políticamente instrumentalizado, se ha reprimido la indignación de los ciudadanos cuando molestaba al poder dominante, etc., etc. Si pensamos que las emociones son gobernables, es porque son asimismo una construcción social que las moldea, crea o destruye en función de las costumbres y necesidades predominantes.

## Las emociones en el discurso político

Tras analizar la campaña de Obama a las elecciones presidenciales de Estados Unidos, Manuel Castells concluye diciendo que si la campaña se convirtió en “un caso de política insurgente”, en la era de la información, fue por “la capacidad del candidato para inspirar emociones positivas (entusiasmo, confianza, esperanza) en un amplio segmento de la sociedad conectando directamente con las personas, al tiempo que las organizaciones en redes y comunidades de forma que su campaña también era en gran medida la de ellos” (Manuel Castells, *Comunicación y poder*, Madrid, 2009).

Es evidente, en efecto, que, más allá de la calidad política del candidato, más allá de la solidez de su programa, más allá de la ilusión de ver a un presidente negro en los Estados Unidos, en el caso de Obama se produjo una empatía, una esperanza y un entusiasmo que le falló a la rival, Hilary Clinton, pese a contar en su haber con más experiencia política y con la novedad nada trivial de poder llegar a ser la primera mujer presidenta del mismo país. El lenguaje emocional es importante no sólo para la ética, lo es también y especialmente para la política.

Los políticos no lo ignoran, lo han sabido siempre, y también los teóricos de la política. Lo supo Aristóteles cuando escribió la *Retórica* entendiendo el arte de la elocuencia como la capacidad para mover voluntades para fines políticos. Sin esa capacidad de arrastre que tiene una comunicación emocional y afectiva, la política ni convence ni conmueve. Ha ocurrido en todos los tiempos, no sólo ahora en que los medios de comunicación de masas propician la circulación de mensajes más emotivos y pasionales. Insisto en que subrayar la importancia de la emoción no implica contraponer la pasión a la razón, sino mostrar que la razón necesita de la pasión y ésta de aquélla. Pero la imbricación de ambas no es fácil. La pasión pura y desbocada es peligrosa en la vida del individuo y más aún en la de la colectividad. A su vez, la razón estricta y fría es ineficaz y carece de magnetismo para atraer a las personas hacia las causas que merecen algo de atención y un mínimo de entusiasmo colectivo. Xabier Etxebarria reconoce que “los sentimientos, en sí subjetivos, tienen una gran capacidad de impactar en el espacio público, cuando se expresan como

vivencias compartidas que sirven a objetivos políticos". Por ello añade que los sentimientos, en la vida pública, son "ineludibles" y "necesarios", pero son asimismo "peligrosos" (Xabier Etxebarria, *Por una ética de los sentimientos en el ámbito público*, 2008). El primer paso para conjurar el peligro será contar con ellos analizando el poder y la influencia que tienen en el sentir y el actuar colectivos.

### **Los "marcos conceptuales" de la derecha y de la izquierda**

George Lakoff se ha hecho célebre con la aplicación al ámbito de la política de la teoría del *framing* o "enmarque", desarrollada previamente por las ciencias cognitivas. Los "marcos" son estructuras mentales que permiten al individuo entender la realidad. Irving Goffman fue uno de los primeros en utilizar la teoría de los marcos para explicar nuestras interacciones con el mundo. Todas las instituciones y espacios donde las personas se encuentran unas con otras tienen sus marcos específicos que establecen algo así como las reglas del juego de las distintas relaciones. Los hospitales, por ejemplo, poseen un marco específico, en el que hay un tipo de personas –médicos, enfermeras, enfermos–, unos espacios –salas de espera, quirófanos, camas– y donde tienen lugar unas acciones –intervenciones quirúrgicas, consultas, terapias–, que no se dan en otros lugares. Cada marco determina una lógica interna, una manera de funcionar, excluye ciertos comportamientos, establece unas jerarquías entre los actores. Por lo que hace a las instituciones políticas y a la actividad política misma, también éstas se estructuran a partir de marcos específicos. Lakoff se ha dedicado a estudiar y analizar cuáles son los marcos que encuadran la actividad política, qué los caracteriza y qué los distingue. Concretamente, ha desarrollado las diferencias que separan los marcos que contextualizan el discurso de la derecha conservadora de los de la izquierda progresista. Importa señalar que los marcos suelen ser inconscientes, no sabemos que están estructurando nuestro pensamiento. Configuran el sentir común de una sociedad. Cuando un partido político consigue que sus marcos dominen la esfera pública, hace que cambie el sentir común de los ciudadanos. Es lo que, a juicio de Lakoff, ha hecho la derecha (por lo menos en los Estados Unidos) sin que la izquierda se diera cuenta de ello ni hiciera nada por impedirlo. Los marcos, por su parte, son necesarios porque sin ellos los hechos no dicen nada. Son los marcos los que dan sentido a los hechos. La expresión "inmigración ilegal", por ejemplo, define a la inmigración actual y le confiere un significado que nos lleva a verla

con reticencia y desconfianza. La “carga fiscal” constituye un marco para poner de manifiesto que pagar impuestos es algo fastidioso, incómodo y opresivo. El discurso que se refiere sólo a hechos desnudos, el discurso más apreciado por la mayoría de los políticos, y que se extiende en largas y soporíferas listas de cifras y estadísticas, no logra transmitir nada con sentido. Carece de marco. Más aún, el propósito de negar el marco del adversario o de zafarse de una acusación, sólo consigue reforzar lo que se trata de ocultar. Cuando Nixon dijo “no soy un chorizo”, todos le vieron como un ladrón.

La teoría de los marcos que estructuran el pensamiento con cosmovisiones y metáforas generalmente inconscientes refuta las ideas defendidas por el racionalismo según las cuales existe una razón universal, el pensamiento es sólo verbal, es un reflejo de la realidad y es siempre consciente. Nada de ello es exactamente así. Lakoff lo corrobora al poner de manifiesto la irrelevancia de los hechos puros:

Si se cree en el racionalismo, se cree que los hechos nos harán libres, es decir que basta con proporcionar toda la información sobre los hechos, y la gente, sin necesidad de marco alguno, razonará hasta dar con las conclusiones pertinentes. Sabemos que no es así: si los hechos no se ajustan a los marcos, la gente se quedará con sus marcos (que están físicamente en sus cerebros) e ignorará, olvidará o razonará en contra de los hechos. Los hechos tienen que estar enmarcados de manera que tengan sentido y puedan convertirse en elementos del razonamiento (George Lakoff, *Puntos de reflexión. Manual del progresista*, 2008).

Dicho de otra forma, cuando el discurso político descuida las valoraciones, los símbolos, las emociones que en realidad están enmarcando y dando sentido al lenguaje, la gente no siente que lo que se le propone está bien o merece ser considerado. No lo siente porque el político no llega a transmitir ese sentimiento que posiblemente él posea pero no sabe comunicar. Los políticos demócratas, o socialistas, que constituyen la diana preferida de Lakoff, seguramente saben porqué es bueno creer en el socialismo. El problema es que no lo hacen explícito cuando explican las decisiones que toman. Al revés, muchas veces toman prestados argumentos de la derecha, como cuando explican que la inmigración hay que aceptarla porque económicamente es conve-

niente y los inmigrantes cargan con los peustos de trabajo que los autóctonos desprecian, en lugar de decir, como les correspondería, que todos, vengan de donde vengan, tienen derecho a un trabajo digno. Así, al no ver enfatizados los principios morales que determinan la adhesión a unas determinadas políticas, el ciudadano deja de verse afectado por los programas y las propuestas que le llegan. No le dicen nada ni le movilizan en ningún sentido. Los conservadores siempre han sido más directos y menos acomplexados al poner de manifiesto cuáles son sus valores más queridos: la patria, la familia, la vida, la seguridad. Los progresistas, por su parte, temen desvelar sus creencias de forma que prefieren ocultarlas. Por eso su lenguaje no conmueve.

En definitiva, propone Lakoff, hemos caído en una serie de trampas que la izquierda debería evitar. Una de ellas es la trampa del “tema específico”, pues no hay temas específicos de la izquierda o de la derecha, sino más bien maneras progresistas o conservadores de tratarlos. También son una trampa las encuestas, la “lista de propuestas”, como lo es el lenguaje técnico, el menosprecio del otro y las descalificaciones mutuas. Y es una gran trampa ese racionalismo que consiste en creer que “la razón es algo completamente consciente, verbalizado, lógico, universal y libre de emociones”. No sólo es una trampa, sino que es falso, como se han ocupado de mostrar las ciencias cognitivas. En política casi todo es opinable, y en cuestión de opiniones, las emociones preceden a las razones, es decir, que, en primer lugar, escogemos al candidato, después, buscamos razones para votarle.

En una línea similar a la de Lakoff, Drew Western afirma que el “cerebro político” es emocional. Es emocional porque la gente quiere identificarse con sus candidatos, poder decir: “me gusta”, “es como yo”, “no es un privilegiado”, “entiendo lo que me dice”. Ronald Reagan dominó como nadie la identificación emocional. En general, Western coincide con Lakoff: los republicanos en Estados Unidos dominan “el mercado de las emociones”, en tanto los demócratas se han centrado en “el mercado de las ideas”, que no tiene nada de apasionante (Drew Western, *The Political Brain*, 2007).

¿Cómo se apela al circuito emocional? Lakoff y Western no lo dudan: desintelectualizando los mensajes, que es lo que no ha sabido hacer la izquierda. Las campañas electorales de los demócratas no han sido buenas por demasiado racionales, ideológicas e intelectuales. Las declaraciones de inten-

ciones abstractas no emocionan como lo hacen las situaciones concretas que se refieren a personas de carne y hueso, identificables. La mejor campaña es la que “cuenta historias” y “habla desde las tripas”, no la que calcula sobre la base de encuestas o pretende convencer con cifras y estadísticas. Más aún, “la gente vota por el candidato que estimula los sentimientos correctos, no por el que presenta los mejores argumentos”. Por eso es importante para un partido “tener un relato”. ¿Qué es ser socialista? Hay que explicarlo no a partir de unos temas y unas razones –trabajadores, desigualdad, discriminación–, ni por medio de una lista de políticas, sino contando historias, mediante una narrativa que muestre plásticamente que uno está contra algo o defendiendo algo. Vivimos en la era de la imagen y las mentes se han acostumbrado a ello. La apelación a principios o derechos universales la mayoría de las veces sólo sirve para acentuar los enfrentamientos entre las distintas fracciones políticas. Lo que deben hacer los demócratas es “personalizar el rostro de la inmoralidad, la hipocresía y la indiferencia ante el sufrimiento propios de los republicanos”. Ante un caso de eutanasia, como los que se han dado recientemente en distintos países, un caso que suscita debate y demanda al político que tome posición, la pregunta pertinente no es si debe haber o no un derecho a morir, demasiado teórica e impersonal para que atraiga la atención, sino algo como esto: “¿te hubiera gustado que hicieran contigo lo que hicieron, por ejemplo, con Lucía Echevarría?”. Enquistarse en un lenguaje de ideas es hablar a la parte equivocada del cerebro. Las campañas se ganan más con las vísceras que con los temas.

### **¿Demasiadas concesiones a lo emocional?**

Para cualquiera que conserve una mínima fe en el papel de las ideas y el intelecto para mejorar el mundo, lo dicho hasta ahora es todo menos alentador. Se entiende que ocurra lo que ocurre, pero nos deja con la impresión de que no hay más remedio que empobrecer el discurso político para que tenga garra y arrastre a los electores. Pues no sólo nuestro cerebro no está hecho sólo para la abstracción y los argumentos racionales, sino que la retórica del mercado y de la publicidad nos han acostumbrado no a razonar sino a sentir y eso es lo que finalmente cuenta. A falta de ideologías, no pensemos ya en aportar nuevas ideas para entender el mundo y señalar adonde vamos. Bastará con que nos hagamos con una retórica sensiblera, que suscitemos el amor y compasión por los que sufren y por los desposeídos, que nos identifiquemos



con las víctimas y nos solidaricemos con su malestar. Puesto que provocar emociones es sencillo, el problema no es tanto apelar a ellas, sino hacerlo de la forma incorrecta. “El problema sobreviene –comenta Manuel Cruz al propósito– cuando la gente se emociona más ante los colores de su equipo que ante el sufrimiento ajeno. Y es aquí donde, por desgracia, parece que ya estamos” (*El País*, 26/09/2009). El peligro es real en el mundo donde lo único que cohesiona realmente a las multitudes es un partido de fútbol. O en la era de la comunicación audiovisual, donde los contenidos pierden relevancia ante el poder de las imágenes, los sonidos, la música, el ruido. Si las ideas y las razones no aciertan a morder con eficacia en los problemas que nos angustian, los afectos pueden enturbiar la mente, impedir la objetividad y la deliberación. Pues ya se ha visto que muchos afectos se nutren de prejuicios y estereotipos que configuran nuestra visión de los otros. Las investigaciones neurológicas confirman que la imagen de un rostro negro activa la amígdala del hombre blanco y fomenta en él actitudes racistas. No cabe duda de que los partidos xenófobos que aparecen e incluso triunfan en países que se consideran civilizados utilizan todos los recursos que tienen al alcance de su imaginación para mantener los estereotipos y provocar actitudes emocionales de rechazo ante ciertas realidades. Si es cierto que el elector dista de ser desapasionado, a diferencia de lo que la ciencia política ha querido interpretar, que tiende a escuchar sólo lo que le gusta oír y a desoir lo que no le gusta, si nuestros juicios se basan en constricciones cognitivas y emotivas al tiempo, ya que uno tiende a obviar la información que le desagrada, ¿habrá que seguir, incluso fomentar, desde la política tales tendencias o más bien habría que intentar modificarlas? Es más difícil suscitar emociones favorables y empatía con propuestas o relatos revulsivos y rompedores. Por eso la publicidad es conservadora: porque el público mayormente lo es y se identifica fácilmente con los aspectos más conservadores de la realidad. ¿Vamos, pues, a sacrificar un lenguaje ilustrado, con contenidos, al interés de suscitar adhesiones de la manera más fácil que es bloqueando la actividad de pensar? ¿Deberemos prescindir de la discusión tranquila a favor de las formas de expresión iracundas, agresivas y malsonantes porque son más atractivas? ¿Ignoraremos olímpicamente las formas en que los políticos y los medios de comunicación manipulan las emociones de los ciudadanos para sus fines? ¿No es tal indiferencia el modo idóneo para impulsar eso que ha venido en llamarse “populismo”, el enaltecimiento acrítico de personajes que tienen más de payasos que de auténticos seres razonantes?

Una respuesta al temor que refleja esta pregunta es que no son las campañas ni siquiera los discursos políticos mediáticos el instrumento más adecuado para incitar a pensar. El objetivo de las campañas es la propaganda, cautivar al elector y persuadirle, eso sí, a favor de unas causas y unas políticas que se consideran justas y buenas para el interés general. Es decir, quien debe tener un pensamiento elaborado y argumentado es el político, si bien la comunicación de ese pensamiento ha de adecuarse al contexto en el que habla –que, por lo general, es imagen y espectáculo- y a quienes le escuchan, los cuales buscan por encima de todo alguien en quien poder confiar, alguien que represente los valores que uno mismo cree mantener y alguien que atienda a alguno de los intereses o de las preocupaciones que uno tiene. Drew Western resume así las necesidades del elector:

Lo que un elector debe saber para votar por un candidato u otro son cuatro cosas: Primero, ¿comparten los candidatos los valores que más me importan y les preocupa la gente como yo? Segundo, ¿puedo confiar en que me representarán fielmente? Tercero, ¿poseen las cualidades personales que me llevan a creer que actuarán de acuerdo con mis valores e intereses, como la integridad, el liderazgo y la competencia? Y cuarto, si existe algún tema que realmente me concierne, ¿qué piensan de ello, puedo esperar que piensen en ello y que tomen las decisiones que yo tomaría si tuviera toda la información que ellos tienen como representantes míos?

Saber suscitar todas estas emociones en el elector es una habilidad que el político tendrá que añadir a su conocimiento de los temas y políticas que forman parte de su agenda. Una habilidad que tiene que ver con estrategias lingüísticas o discursivas distintas de las habituales, como el hacer uso del *storytelling*, un mecanismo más infantil pero más directo y comprensivo que las abstracciones o los números. Pero tiene que ver también con otras cosas que responden menos a la moda del momento y tienen más calado intelectual. Tiene que ver con un saber hacer capaz de mostrar la coherencia de quien promete cosas, la integridad de lo que uno dice y hace, un saber hacer capaz de engendrar confianza. Se ha dicho frecuentemente que una de las mejores formas de despertar el entusiasmo por parte de un líder es diciendo la verdad. La autenticidad y la transparencia se muestran, no se argumentan con razones. El político que defiende la escuela pública, pero lleva a sus hijos a la privada,

carece de poder de persuasión porque no se muestra coherente con los principios que proclama. Tener el coraje de reconocer que uno se ha equivocado es otra forma –insólita en la política- de mostrar la propia integridad. Es distinto el error del corrupto que se propone engañar, del error honrado e involuntario que la gente olvida fácilmente sobre todo si el que se ha equivocado se disculpa.

En definitiva, se trata de poder contrarrestar lo que expresa el poema de Yeats recogido por Michael Walzer:

Los mejores no tienen convicciones, y los peores  
rebotan de intensa y apasionada energía.

En efecto, la falta de fe en los propios intereses y principios es lo que hace que los mejores no puedan oponerse a la “apasionada energía” de los peores. Para lograrlo, habrá que “racionalizar las pasiones y enriquecer la razón con la pasión” (Michael Walzer, *Razón, política y pasión*, 1999). De algún modo, el recurso a un discurso más emocional lleva a utilizar las armas de los otros, que son más eficaces. No está mal que se utilicen si, como decían los buenos sofistas –Gorgias, Portágoras-, se ponen al servicio de las mejores causas. Cuando ese fin se desvanece, si que habrá que temer que el recurso a lo emotivo acabe por anular la sabiduría de la razón.

### **El sentimiento patriótico**

En un capítulo sobre los afectos en la política no puede obviarse, en estos momentos, el afecto que por antonomasia centra muchos de nuestros desvelos políticos ocupándonos mucho más tiempo del que querríamos. Me refiero, como no, al sentimiento de pertenencia a un país o sentimiento patriótico, germen de buena parte de los conflictos de nuestra aún inmadura democracia. No somos, pese a nuestras singularidades, una excepción a la regla: los últimos decenios se han mostrado prolíficos en conflictos étnicos y culturales, especialmente en Europa. No sólo las viejas y asentadas naciones amparadas por Estados se han visto interpeladas por afanes nacionalistas emergentes, aunque todos ellos seculares, sino que los movimientos migratorios han puesto de relieve la urgencia de articular dentro de cada nación las diferencias culturales de forma civilizada y democrática. La filosofía política ha ido a la zaga de todos estos cambios proponiendo alternativas al liberalismo, algunas de las

cuales se han cebado en la celebración de las diferencias y de la diversidad como valores en sí mismos e injustamente ignorados durante los dos últimos siglos.

Como suele ocurrir, la alternativa más conspicua al liberalismo –el comunitarismo- ha puesto el énfasis en el extremo opuesto a la idea de una ciudadanía cosmopolita que provenía directamente de la Ilustración y de la fe en una razón universal. El sentimiento de pertenencia es defendido por los comunitaristas como la condición imprescindible para una auténtica democracia de ciudadanos, en la que éstos se sientan identificados con un proyecto común que vincule a todos los miembros de la comunidad, herederos de una misma tradición cultural. Sus adversarios, los cosmopolitas, reniegan de pertenencias limitadas y de los nacionalismos que las fundamentan por la tendencia de éstos a degenerar en chauvinismos, racismos y actitudes intolerantes, de la misma forma que reniegan de las religiones por la deriva fundamentalista que suelen propiciar. Piensan que, en tales casos, los sentimientos vienen a sustituir a valores más fundamentales y universales, que son los que efectivamente deberían mantener cohesionada a una sociedad. A la humanidad, que es nuestro objetivo ético, no se la reconoce –vienen a decir- a través de sentimientos como el de españolidad o catalanidad, sino más bien trascendiendo esas diferencias y considerando lo que hay de común en los humanos. No es la cultura nacional la que debe servirnos de guía moral, sino la razón universal.

La necesidad de estimular los sentimientos patrióticos no sólo se manifiesta en las naciones más débiles, las que carecen de un Estado que las sustente jurídicamente, sino incluso en aquellas que nacieron como naciones poderosas: Francia o los Estados Unidos, por ejemplo. También los Estados-nación paradigmáticos adolecen en la actualidad de una identidad nacional clara, que entusiasme a sus ciudadanos y les confiera el orgullo y la lealtad que la nación provocó en otros momentos. Como resultado de un célebre forum de discusión sobre la debilidad nacional estadounidense se publicó hace pocos años un libro que recogía una serie de comentarios en torno a un escrito de Martha Nussbaum en defensa del cosmopolitismo (Martha C. Nussbaum, ed., *Los límites del patriotismo*, 1999). Si algo ponen de manifiesto los defensores y detractores de una u otra opción en dicho libro es que ambos extremos, nacionalista y cosmopolita, son teóricos y abstractos, que la realidad es más compleja que la teoría y, en definitiva, debe poder participar de ambas ideas.

Si el nacionalismo conlleva una carga excesiva de sentimentalidad, al cosmopolitismo lo que le falta es emoción. El contraste, pues, entre ambos polos no es sino un ejemplo más de la reiterada tendencia del pensamiento occidental a mantener opuestos y en liza continua a la razón y y los sentimientos.

El escrito de Nussbaum que abre la discusión de referencia comienza con una cita de la novela de Rabrindanath Tagore, *The Home and the World*, en la que el personaje Nikhil contradice a su mujer Bimala, partidaria de la causa Swadeshi cuyo lema es *Bande Mataram* (viva la patria), con estas palabras: “Estoy dispuesto a servir a mi país; pero mi veneración la reservo para un derecho que es mucho mayor que él. Venerar a mi país como si fuera un dios es lanzar sobre él una maldición”.

El problema del sentimiento patriótico es la desmesura. El peligro es que se convierta en un valor en sí mismo que deja de lado cualquier otro horizonte. Una desmesura que afecta al mismo sentimiento por lo que ofusca cualquier otra dimensión y la convierte en subsidiaria de la lealtad al territorio; y una desmesura de la creencia que, como se ha visto a lo largo de este libro, está en el punto de partida de los sentimientos y les sirve de sustento. El sentimiento patriótico se alimenta, en efecto, de verdades que el patriota considera indiscutibles: derechos históricos, tradiciones ancestrales, unidad lingüística. El esfuerzo por mantener lo que no son sino dogmas se convierte con facilidad en el único objetivo por el que merece la pena luchar pues se presenta revestido de un aura moral o natural. Las raíces románticas de la nación le confieren una autoridad moral superior a la propia comunidad política. Por eso a las personas les suele importar más la nación que el Estado que es una entidad jurídico-política, que siempre ha sido teorizada como algo artificial, necesario sólo en la medida en que sirve para regular nuestras vidas.

Pero la artificialidad del Estado contrapuesta a la naturalidad de la nación carece, a su vez, de fundamentos convincentes. La nación no es más “natural” que cualquier otro constructo humano. Se supone que la conjunción Estado/nación fue pensada para adecuar las fronteras arbitrarias de los estados con las fronteras “naturales” de las naciones. Pero, ¿no es más arbitraria la nación que el Estado?, se pregunta el cosmopolita Kwame A. Appiah. La nación no es ni más ni menos que una “comunidad imaginada” en busca de su expresión política, como la definió Benedict Anderson. Comentando la cita de

Tagore, Immanuel Wallenstein se hace la siguiente reflexión: "Si no hubieran existido los swashi, la India seguiría siendo una colonia británica. ¿Hubiera sido esto más acorde con la moralidad kantiana? Gandhi así lo entendió, pero Tagore no".

Gandhi y Tagore tenían posiciones distintas pese a que ambos pertenecían al mismo país. Los sentimientos son subjetivos y las razones o creencias que los mantienen tienen distinto peso según quien sea el que se adhiera a ellas. Ahora bien, si no es razonable querer universalizar los sentimientos, tampoco lo es universalizar el desarraigo que propugna el cosmopolitismo. Precisamente ha sido como reacción a un mundo profundamente desarraigado y reducido a relaciones mercantiles y jurídicas entre sujetos de necesidades y capacidades abstractas que los comunitaristas han propuesto el papel humanizador de las políticas identitarias que vinculan a los individuos a circunstancias concretas. Quizá Diógenes estaba en condiciones de sentirse un individuo comprometido bajo su condición de "ciudadano del mundo", tal y como le gustaba identificarse, pero ese es un compromiso que no está al alcance de todos. No todos los ciudadanos son Diógenes, la mayoría necesita estímulos menos visionarios y más prosaicos. Es decir, que si la deriva nacionalista, más sentimental que racional, tiene sus peligros, no son menores los de la deriva a favor de una razón universal, desinteresada y desafectiva.

Pero lo importante, a mi juicio, es señalar que la dicotomía es falsa. Como es falsa la dicotomía entre razón y emoción. El patriotismo y el cosmopolitismo no son antagónicos, ni la educación del ciudadano debe situarse en la tesitura de tener que elegir entre un localismo sentimental y una humanidad indiferenciada y desconocida. Desalentar las tradiciones nacionales porque conducen al chauvinismo y a la exclusión es, como explica Hilary Putnam, "confundir un pretexto para la agresión y la crueldad humanas con la agresión y la crueldad mismas". El pretexto está latente en todas las perspectivas. Que desencadene o no las peores consecuencias no es culpa del fervor nacionalista, religioso, ateo o cosmopolita, sino de un mal gobierno de tal fervor.

Dicho de otra forma, la desmesura puede pervertir tanto a la racionalidad como a la emotividad. Una de las citas más repetidas de Hume es la que dice que "no es irracional preferir la destrucción del mundo a herirme en un dedo". Con esta frase abundaba en su idea de que las opciones morales no

derivan de la razón, sino de los sentimientos. De hecho, fue Adam Smith el que le brindó la imagen al querer explicar que el ideal de una ciudadanía mundial no es contradictorio con las lealtades locales. Veamos como lo dice:

Si al día siguiente va a perder su dedo meñique, el hombre pasará la noche en vela; sin embargo, como nunca los ha visto, la ruina de cientos de millones de sus hermanos no le impedirá roncar tranquilamente, ya que simplemente la destrucción de esta inmensa multitud le parece un asunto más baladí que su propio mísero infortunio. Sin embargo, para evitarse tan mísero infortunio, ¿estaría dispuesto el hombre humano a sacrificar las vidas de cientos de millones de sus hermanos, ya que jamás llegó a verlos? (Adam Smith, *La teoría de los sentimientos morales*, 1996).

La respuesta que da Smith a esta pregunta retórica es negativa. Lo personal y próximo, sin duda, cuenta y mucho, pero no impide atender a lo universal cuando es prioritario. En definitiva, pues, calificar a los sentimientos patrióticos de positivos o negativos sin más, contraponiéndolos a un orden jurídico racional más estable y universalizable es una postura miope. Ni el sentimentalismo nacionalista ni el racionalismo universalista valen para nada si no se guían por otros valores, como la democracia o la igualdad. La pregunta es: ¿qué estrategia es mejor para romper la brecha entre pobres y ricos?, ¿qué orientación, nacionalista o cosmopolita, ayuda a realizar mejor los proyectos políticos que significan un progreso real para la humanidad? Son preguntas que carecen de una respuesta general. Depende. Gandhi creyó que defendía mejor la dignidad humana apuntándose a la causa nacionalista, mientras Tagore minimizaba esa causa seguramente apuntando a los mismos ideales. Relativizarlas ambas procurando que las emociones sean razonables y las razones no pierdan la carga de emotividad imprescindible para que influyan en la acción es la forma de dar prioridad no a lo local sobre lo mundial ni viceversa, sino a la igualdad y la libertad.





# NOTAS





