Opinión

El debate electoral, herramienta vital en la campaña política

Por **Fernando Straface** | Para LA NACION

Casi nadie objeta que los debates preelectorales mejoran la calidad de la democracia. Dan la posibilidad de que el público tome contacto más directo con los candidatos, obligan a los partidos a mejorar la calidad de sus propuestas y a los dirigentes a estudiar y a pronunciarse sobre cada tema con mayores precisiones.

La dinámica de intercambio, contrastación y refutación de visiones y enfoques de política pública entre las fuerzas políticas agrega profundidad al marco de información a partir del cual los electores deciden la formación del gobierno.

Pero, como niños con el bróccoli, que tiene tantas vitaminas y propiedades positivas, en general los candidatos argentinos se las arreglan para evitarlo. ¿Por qué? Y, sobre todo, ¿cómo cambiar esta realidad?

En primer lugar, hay frente a este tema un problema de incentivos de los candidatos.

Cuando existe uno que tiene ventaja en las encuestas, y más aún si es un candidato en funciones de gobierno, que cuenta con la exposición propia de la gestión sumada a una publicidad oficial escasamente regulada y discrecionalmente gastada, no ve razón para debatir.

El debate implica poner en riesgo su ventaja a cambio de una exposición que ya tiene por otros medios, a la vez que da una exposición a sus oponentes, que de otro modo no tendrían. ¿Para qué correr el riesgo?, razonan quienes conducen la estrategia política del favorito en las encuestas.

En segundo lugar, nuestra cultura política no ofrece incentivos que hagan un contrapeso a este instinto básico.

La sociedad argentina no premia significativamente a quienes se lucen en un debate, ni castiga a quienes le escapan a la posibilidad de debatir.

Desde la célebre "silla vacía" de Carlos Menem en 1989, distintos candidatos se negaron al debate sin costo significativo en su electorado.

LA CLAVE ES DEMANDAR

El desafío es lograr que la sociedad argentina demande al sistema político una cultura y práctica de debate preelectoral que fortalece la democracia. ¿Cómo conseguirlo en este contexto tan antagónico como el que transita nuestro país?

Se requiere de una instancia que permita que los partidos políticos, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, universidades, uniones empresarias, expresiones religiosas y medios de comunicación articulen su demanda por debates preelectorales y encuentren herramientas para ponerse de acuerdo en su implementación.

En los Estados Unidos, en donde se realizan algunos de los debates más cruciales y célebres de la política mundial, existe una Comisión de Debates Presidenciales que ayuda a coordinar esta práctica.

Los atributos de diversidad, representatividad y legitimidad de este espacio son esenciales para convertirlo en la institución en la cual los partidos deponen su capacidad de veto de los debates.

En un escenario de polarización política como el que vivimos los argentinos, no sólo los partidos y los candidatos, sino los propios medios de comunicación, son actores del proceso de negociación sobre el lugar y los parámetros de organización para llevar adelante un debate.

El desbloqueo de esta situación demanda hacer del debate electoral una institución inherente a la práctica republicana en cada elección.

Chile, Brasil, Perú, Colombia, Costa Rica, México y, desde hace más de 30 años los Estados Unidos, lograron instaurar la instancia del debate como un hito irrenunciable de la campaña electoral para todos los candidatos y para los electores.

POLÍTICAS ESTRATÉGICAS

Para llegar a un debate de políticas estratégicas, los partidos deben consolidar sus propuestas en un ideario coherente, capaz de ser transmitido a la ciudadanía y debatido con otras fuerzas políticas.

Los ámbitos de formación y debate interno de los partidos entre elecciones contribuyen a este objetivo.

Finalmente, la aceptación de este marco de reglas debe llevarse a cabo con independencia de la coyuntura que a un espacio político o a una persona en particular le toca vivir.

El compromiso de debatir debe ser independiente del cálculo táctico coyuntural. Un acuerdo público, bajo el "velo de ignorancia" sobre el futuro, puede servir como instrumento de compromiso por parte de las fuerzas políticas.

Fernando Straface es director ejecutivo de Cippec y Hernán Charosky es director ejecutivo de Poder Ciudadano.