

FALACIAS ELECTORALES

Guía para detectar las mentiras de los políticos en campaña

La ética en el discurso público es uno de los valores republicanos que se ponen en riesgo en tiempos de fake news, sobre todo si hay comicios a la vista. Detectar trucos de candidatos resulta clave para el ciudadano.



PATRICIA NIGRO*

En tiempos de campañas electorales, hay un factor más que importante en la vida de un político que intenta hacer llegar su mensaje a los

posibles votantes: la calidad de su discurso y su relación con los medios de comunicación, especialmente, con los periodistas.

El periodismo y la política son dos ámbitos estrechamente conectados en la sociedad actual. Esto se debe a que estas dos instancias se necesitan mutuamente. Los políticos precisan de los periodistas para hacer llegar sus mensajes y sus propuestas a la ciudadanía. A su vez, los políticos son un foco constante de generación de noticias, al que el periodismo de ningún modo puede renunciar.

El discurso político y las mentiras. Los políticos usan en sus discursos técnicas de argumentación. Argumentar es un proceso discursivo, en el que el hablante brinda afirmaciones como buenas razones para que su interlocutor opine de la misma manera o actúe en una dirección determinada. Para detectar mentiras en el discurso político, debe prestarse especial atención a las falacias.

Una falacia es, generalmente, una mentira pero más precisamente, es una estrategia lingüística compleja. Podemos definirla como cualquier modo argumentativo indebido que demanda nuestra convicción y parece decisivo de la cuestión tratada, cuando en realidad carece de sustento y corrección argumentativa.

Las falacias pueden ser accidentales o deliberadas. Todos cometemos falacias, no solo los políticos. Estar atentos a ellas evitara la manipulación que comienza a la hora de vo-

tar a un candidato pero, también, servirá para no cometerlas nosotros.

Existen diferentes clases tales como falacias de evidencia (los avisos de películas que citan solamente a los críticos en aquello que le conviene a la venta de la película), falacias de lenguaje (ambigüedades,

verbalismo, palabras cargadas de sentidos ajenos a la argumentación) y falacias de seudargumentos (las que apelan a las creencias del público, pero sin razones válidas).

Las más frecuentes. Revisaremos las falacias más frecuentes en el ámbito político.

La primera es el argumento dirigido contra el hombre, en lugar de refutar lo afirmado, se ataca a la persona del adversario. Se lo desprestigia para no darle crédito a sus afirmaciones. Una variante de esta falacia es intentar demostrar que el adversario es parte interesada en la afirmación. Es

la más frecuente en el discurso político. Desacreditar al candidato opositor supone no solo una falta de ética, sino una pobreza de argumentos para demostrar que la verdad no asiste al otro.

Otras falacia frecuente es la apelación al pueblo, se recurre a los valores y sentimientos



gregarios de una comunidad, o sea, se exagera el entusiasmo del público para aceptar una conclusión no basada en evidencias. Es la falacia típica de los demagogos. También está el argumento por causa falsa: se unen, como si fueran causa-efecto, hechos que fueron correlativos en el tiempo. Por ejemplo: se acusa a una persona de causar la lluvia porque, cuando se presenta en un lugar, por coincidencia, llueve. Otras son las generalizaciones: usar palabras como "todos, siempre, nunca, nadie, etc." extendiendo los casos particulares a toda la realidad, y las simplificaciones: se reduce el problema a una sola causa. Hay que tener en cuenta que, en la vida social, las causas siempre son complejas.

Una falacia, altamente frecuente en estos días, es la llamada de falsa analogía: se comparan situaciones, cuyas realidades poseen diferencias significativas que, por supuesto, tratan de ocultarse.

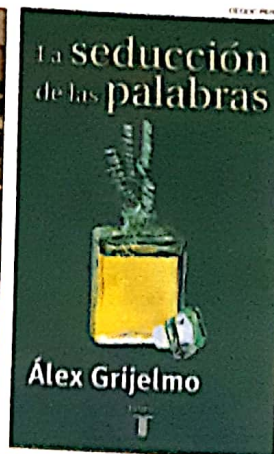
Esta es una mínima enumeración de las falacias o "mentiras" que se producen en el discurso político. Las enumeraciones de falacias son incompletas, porque es difícil determinar los infinitos modos, en que el hombre puede equivocarse.

Una ética posible del discurso político. Hoy en día se hace indispensable la necesidad de practicar una ética del discurso político, que no solo disminuya los argumentos falaces, sino que contribuirá a la calidad del debate, y a que la clase política no ostente una imagen tan pobre.

Alex Grijelmo, en *La seducción de las palabras*, señala que, con las palabras (¿los tweets?) pasa como con los perfumes, una vez que se ha abierto el envase, nunca volverá a recogerse toda su esencia. Del mismo modo, la palabra pronunciada o escrita, aunque fuera rectificada posteriormente, queda latente en el subconsciente de los votantes. Desde otro punto de vista,



GRIJELMO. El especialista analizó los mecanismos que se utilizan para convencer electores.



entre otras tantas necesidades insatisfechas de nuestra América Latina.

Además, hemos de exigirles que sean muy concretos en sus mensajes. Cuando, dónde, quiénes, van a realizar lo prometido. Cuánto tiempo consideran que realmente se necesita para alcanzar las metas que proponen y de dónde provendrán los recursos. En definitiva, cómo van a ser coherentes sus palabras con su obrar posterior.

No se deben aceptar respuestas vagas o ambiguas, que suponen una forma sutil de la mentira o de falacia. Hemos de demandar claridad en sus explicaciones.

Deborah Tannen considera que vivimos en un mundo inserto en lo que llama la "cultura de la polémica". Este tipo de cultura, en lugar de ampliar la información que recibe el público, la limita y convierte en ininteligible (pensemos en el lenguaje de odio que circula en las redes sociales o en las noticias falsas creadas para dividir a la ciudadanía).

Buscando postular una ética argumentativa, Pablo Da Silveira propone ciertos principios para regular el intercambio en un discurso y que aplicaremos al discurso político. Hemos de exigirles a los políticos que, a la hora de transmitir sus mensajes, respeten estos principios. Su cumplimiento contribuirá a un aprendizaje democrático que, en toda campaña electoral, finaliza en las urnas, pero que, en verdad, se realiza en el complejo proceso, desde que ésta se da por iniciada hasta el momento decisivo del voto.

Algunos de estos principios son:

- ◆ el principio de parsimonia: no apurarse a tomar partido. Si uno se apresura a tomar partido, puede cometer dos errores: ser injusto con el adversario o no defender bien su propia posición al estar ofuscado;

- ◆ el principio de respeto por la realidad: no ocultar eviden-

cia ni ignorar contraejemplos que pongan en cuestión el punto de vista defendido;

- ◆ el principio de despersonalización: distinguir los argumentos a los que nos enfrentamos del interlocutor que los produce. Se trata de un intercambio de ideas y no de un choque entre personas y, finalmente,

- *el principio de responsabilidad: cuando argumentamos,

Los periodistas, responsables de formular las preguntas en nombre del pueblo, han de ser también éticos y no falaces. Algunos se dejan engañar.

estamos contribuyendo a una cultura de la discusión saludable.

Qué preguntar a los políticos.

En principio, la gran mayoría de los políticos coincide en los temas comunes y que preocupan a la sociedad: se debe mejorar el nivel educativo; los ciudadanos deben gozar de un salario digno, de vivienda y de un programa de salud efectivo;

se deben crear fuentes de trabajo; la Justicia será equitativa o no es Justicia; los tres poderes de una república deben ser independientes; se tiene que lograr la inclusión social y el progreso económico para todos.

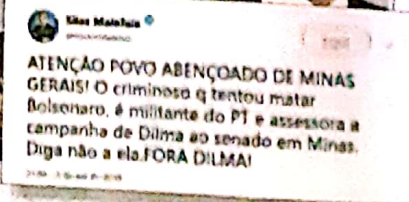
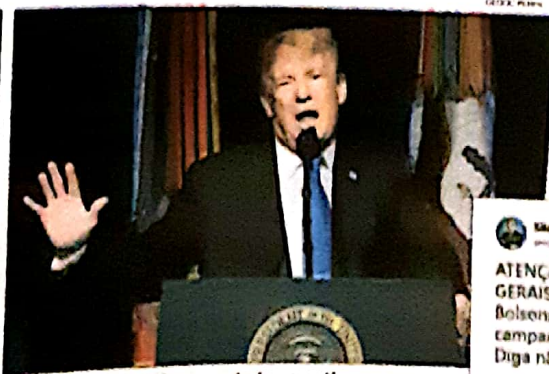
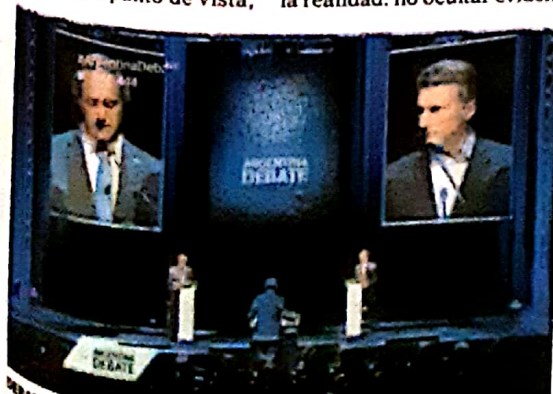
Definitivamente, nunca será conveniente preguntar a un político, después de un discurso, cuál es su mensaje de campaña, porque repetirá lo que acaba de decir. Tampoco, debe preguntársele por qué dice lo que dice, ya que muchos tratarán de esconder sus intenciones verdaderas. El afán de captar votos provoca que no parezca conveniente decir la verdad, porque muchos electores pueden no coincidir con su intención de actuar de determinada manera, en caso de llegar a ser gobierno.

Las preguntas a los políticos deben ser muy específicas. La principal es "cómo". Brindamos ejemplos sencillos: cómo mejorará el sistema educativo; cómo creará fuentes de trabajo; cómo alcanzará la inclusión social; cómo le dará acceso digno a la vivienda a toda la población; cómo detendrá la inflación; cómo luchará para que bajen los niveles de criminalidad y de pobreza; cómo hará desaparecer la desnutrición infantil,

Periodistas. Volviendo a lo que señalábamos al comienzo, los periodistas, responsables de formular esas preguntas en nombre del pueblo, han de ser también éticos y no falaces. Algunos se dejan engañar por las mentiras o falacias del discurso político, puesto que no están capacitados para reconocerlas o para responderlas. Otros son meros repetidores de las palabras de los políticos que apoyan, más o menos abiertamente.

No seremos esclavos de las falacias o de las mentiras del discurso político, si aprendemos a desenmascararlas y, como votantes y ciudadanos, debemos siempre exigir claridad y coherencia en los mensajes en todo momento pero, más, en una campaña electoral, en donde se juega el futuro de las nuevas generaciones.

*Doctora en Comunicación. Escuela de Posgrados en Comunicación. Universidad Austral. Resumen del capítulo 3 del Compendio experimental sobre comunicación política electoral y sus vínculos con la psicología de Roberto Rimoli y otros. Miami, 2018.



DEBATES. Es el escenario ideal para todas las falacias. Trump y Bolsonaro, la prensa les cuenta las mentiras.