

Nicolás Sartorius

Estar o no estar, esa es la cuestión

infoLibre, 7 de marzo de 2024.

I.- Una de las frases más famosas en la historia de la literatura universal es la de Shakespeare, en el acto tercero de Hamlet, cuando el príncipe de Dinamarca dice: *to be or not to be, that is the question* (ser o no ser, esa es la cuestión). Una frase existencialista que resume la gran incógnita de la vida personal de cada uno, en el existir o no existir, entre la vida y la muerte. Sin embargo, en la realidad política, esa expresión no tiene un sentido ni suficiente ni operativo. Una ventaja y/o riqueza de la lengua castellana es que no sólo contamos con el verbo ser, sino también con el verbo estar, que no existe en el idioma inglés. Y como es obvio, no es lo mismo ser que estar. Porque en la vida de las organizaciones políticas no es para nada suficiente con “ser”, con simplemente existir. La clave, por el contrario, consiste en “estar”. Por eso, parafraseando al dramaturgo británico, podríamos decir: “Estar o no estar, esa es la cuestión”. Así, **una formación política que “es” pero no “está”, no sirve realmente para nada**. Y no se trata tampoco de estar de cualquier manera, sino que conviene tener claro dónde hay que estar, con quién se está y para qué se está. Uno puede estar, por ejemplo, en internet, en la nube o “en las nubes”, o en los lugares físicos donde la gente vive, trabaja, estudia, disfruta o pena. Uno puede estar acompañado de la élite, de la gente pudiente, de la clase política o con la ciudadanía corriente, lo que suelo llamar el personal sufridor, las grandes mayorías trabajadoras de todas clases. También es importante saber para qué se está y cómo se está. Porque no es lo mismo estar, verbigracia, para convencer de que hay que bajar los impuestos y privatizar los servicios públicos que, por el contrario, persuadir de que lo mejor para la mayoría es contar con un potente sistema fiscal capaz de garantizar la calidad de esos servicios de todos. Igualmente, el cómo se está tiene su misterio. Pues no es lo mismo estar con la gente sólo cuando hay elecciones para pedirles su voto que estar inmerso, de forma orgánica, en la vida, las preocupaciones y anhelos de esas grandes mayorías.

II.- Ahora bien, de un tiempo a esta parte, sobre todo a partir de la generalización de los artefactos digitales y de la crisis de las formaciones políticas clásicas, hay quien considera que el “estar” se refiere, única o principalmente, a internet o a los medios de comunicación, y sólo de vez en cuando al contacto real con la gente. Craso error, amigo Watson. En efecto, **hay que estar lo máximo que se pueda en internet o los medios, pero eso no es suficiente, sobre todo para los partidos progresistas o de izquierda**. En primer lugar, porque todavía existe una población ingente, en unos países más que en otros, que no se orienta ni a través de internet ni a través de los medios, y suele estar formada por los menos favorecidos de la fortuna; en segundo lugar, porque esos instrumentos, ya sea directa o indirectamente, están en su gran mayoría en manos de las derechas y, en tercer lugar, porque el compromiso, la conciencia y el voto siguen siendo, por lo menos de momento, “analógicos”.

En un reciente libro del senador norteamericano **Bernie Sanders** sobre su experiencia en campañas electorales, explica cuestiones que son interesantes. Empieza por señalar algo que aquí en Europa conocemos desde hace algunos siglos, y es que los cambios reales siempre se producen de abajo a arriba y no al revés. Pero quizá lo más pedagógico es cuando cuenta que, al dirigirse a los lugares donde habita la gente, descubrieron que había millones de personas que vivían en comunidades que nunca habían sido visitadas por algún candidato al Senado o al Congreso. Y comprendieron que no era suficiente con ir a

esos lugares en periodo electoral, soltarles un rollo y largarse a toda prisa. Que era esencial **establecer un contacto permanente, auscultar sus necesidades y anhelos y convencerlos de que organizarse y votar sirve para sus vidas.**

III.- Sin embargo, para poder desplegar una formación política capaz de desarrollar una labor pegada a las amplias mayorías y sus necesidades, es conveniente cumplir con algunos requisitos o condiciones organizativas, que están contrastados por la experiencia: los que podríamos llamar de “**capilaridad**” y de “**cuadriculación**”. Si, pongamos por caso, en España hay 8.132 municipios, de los que 5.000 cuentan con menos de 1.000 habitantes, hay que procurar llegar a la mayoría de ellos y contar con afiliados, simpatizantes o militantes con los que establecer una relación permanente de auscultación, información e iniciativas. Las izquierdas no pueden permitirse el lujo de ser sólo partidos de “cuadros” y/o de cargos públicos. Por el contrario, **tienen que tender a ser partidos de ciudadanos y ciudadanas conscientes, incrustados en los movimientos sociales y en las realidades en las que vive y trabaja la gente.** En el caso de las grandes aglomeraciones —ciudades— no es suficiente la capilaridad, sino que también es precisa la “cuadriculación”, sobre todo en los periodos electorales. Esto quiere decir que los espacios donde vive el personal deben ser “cuadriculados” y tender a que las diferentes “cuadrículas” sean lo más reducidas posible, de tal suerte que los voluntarios, afiliados, simpatizantes, etc., puedan encargarse de una determinada retícula o casilla, y establecer una relación fluida con las personas que en ella viven. Así, por ejemplo, hizo Obama en las primeras elecciones a la presidencia, con miles de voluntarios que cuadricularon un país muchísimo mayor que España, y conectaron directamente con millones de ciudadanos.

IV.- Mi impresión es que, en la actualidad, las agrupaciones o sedes de los partidos, sobre todo de las formaciones progresistas, languidecen y están, en general, envejecidas, con la impresión de que pintan poco en la marcha de los asuntos. Se confía, en exceso, en el momento de las campañas electorales y en los medios de comunicación o instrumentos digitales. La izquierda no puede trabajar, política y socialmente, igual que las derechas, que cuentan con muchos más medios de todo tipo y, en estos tiempos, lanzan mensajes simples del tipo “bajar impuestos”, “España se rompe”, “los emigrantes nos invaden”, “libertad o comunismo”, etc. Por el contrario, **las izquierdas tienen que establecer un contacto asiduo y directo con las mayorías sociales** que, sin duda, están más conformes con las medidas que adoptan o proponen si se explican con cercanía y la claridad de un lenguaje que se entienda. El pensamiento de ciertas derechas cabe en un “tuit”, del inglés “*tweet*”, literalmente piar; el de las izquierdas, generalmente no.

V. En mi opinión, no es cierto que todo el mundo siga la actualidad política o social que afecta a sus vidas a través de los medios o de las redes sociales. Hay millones de personas que viven ajenas a esa inmediatez mediática, que su problema es cómo sobrevivir día a día y que podrían estar más interesadas en las medidas de un partido o gobierno de progreso. En recientes elecciones se ha podido comprobar que, en los barrios de rentas altas, se vota bastante más que en las circunscripciones donde vive la gente más pobre. Ello obedece, en mi opinión, a que los partidos de izquierda se han “desconectado” físicamente de los sectores menos favorecidos de la sociedad, aunque las medidas que proponen los beneficien más. La democracia se está convirtiendo en un asunto de clases medias hacia arriba, pero en España y otros países europeos hay muchos millones que no llegan a ser clases medias, sino más bien bajas o muy bajas. **Zonas donde los mensajes**

simples y falsos de la ultraderecha populista pueden hacer estragos y, en ciertos casos, lo consiguen. Por eso creo que es importante que las formaciones progresistas tomen medidas organizativas, con el fin de llegar directamente a esos sectores, si se quieren recuperar los millones de apoyos que se han ido quedando por el camino. Pero, para lograrlo, hay que “estar”.

Nicolás Sartorius es abogado, escritor y presidente del Consejo Asesor de la Fundación Alternativas.