

## La forma, el reto del NO

Pablo  
Barahona  
Krüger

Profesor  
de  
Derecho,  
UCR

Sobre el TLC se suele hablar muy en abstracto, aun cuando la gente, esa que en su referente conjunto algunos llaman pueblo, está esperando que le hablen claro, o sea: ¡concretamente!

Por eso los del Sí, en cuenta el gobierno de Arias, si algún "éxito" han tenido, es el de posicionar el tema del empleo. TLC = Trabajo para Los Costarricenses. Esa es su clave de guerra.

Así, han renovado la vieja práctica del "miente miente que algo queda", sin importar si dichas siglas (TLC) más bien significan Todo Lo Contrario.

Jugando con la urgencia de la gente, han logrado posicionar el Tratado como un bálsamo de esperanza para los desheredados, evitando de paso la identificación del Convenio con la idea de amenaza cierta e irrefutable.

En México se perdieron a raíz del Tratado con su vecino del norte más de un millón de empleos, según datos del propio Ministerio de Comercio de ese país. Para Costa Rica, el panorama no tiene por qué ser distinto. La Comisión Económica Para América Latina determinó que el TLC no producirá tantos empleos como afirman mentirosamente los del Sí. Y esto lo saben los del Sí, al menos los estudiosos o atentos.

En cuanto a la calidad del empleo hay mucho más que decir. Primero, no son empleos para profesionales, mucho menos para altos profesionales. Pura maquila (de ropa o de computadoras da igual) y pocas gerencias. Salaritos que representarán una décima parte, en el mejor de los casos, en relación a los estipendios que devengarán los gringos que, obviamente, se reservarán las gerencias y buenos puestos para sí.

Sin embargo, la carga del Sí en torno a este tema ha sido muy superior en efectividad a lo replicado por el No. Lo curioso es que estos últimos tienen la razón, es decir; se acompañan de la verdad en este tema visto que el TLC no significa más trabajo y menos aun, mejor trabajo, al menos no para los costarricenses.

Así las cosas, la conclusión lógica consiste en que el problema no es tanto el contenido del mensaje sino su forma. Los del Sí pueden mentir todo lo que quieran siempre y cuando lo hagan bonito. Así, un buen número los seguirá.

Los del No, por su parte, mientras no entiendan que esta no es una discusión de conocimiento, sino de opinión y por tanto de sentimiento, difícilmente lograrán su cometido. Vivimos en una democracia de doxa y no de episteme y eso no lo digo yo, lo dice el gran politólogo Giovanni Sartori, quien a su vez rescata pensamientos de otros grandes de la filosofía política.

No es loable, desde ninguna perspectiva ética, lo que están haciendo los del sí. Al menos los conscientes o inteligentes de esa tendencia. Jugar con la ilusión de la gente es cruel. Prometerles trabajo y riqueza a sabiendas de la imposibilidad de que esto se cumpla es cinismo puro y duro.

Sin embargo, y este es mi mensaje: no hay que olvidar que vamos a una consulta popular que implica la participación de la masa. Los que saben no decidirán, decidirán los que no saben, que en este caso, tratándose de un instrumento jurídico tan técnico como el TLC, obviamente implica a la mayoría. Esto es así, aunque no suene bonito.

En ese tanto, la mercadotecnia del Sí parece más clara que la del No. El No, que en el fondo no es uno solo, vista la pluralidad de sectores, se aferra a un mensaje confuso e incluso impotente, que no llegará ni en mil años a los iletrados.

He ahí el verdadero reto del No. Aclarar el contenido de su mensaje mediante una simplificación que permita a quien no sabe, saber. Saber para después votar. Ese sí que es un encargo democrático: democratizar conocimiento, que mejor forma de hacer patria. Pero para eso, importa más, lamentablemente, la forma que el fondo. Mejor si así no lo fuera, pero así es. El sentimiento que conforma la opinión se impondrá sobre el razonamiento que concluye en

conocimiento. Esa será la historia de octubre próximo, gane el sí o gane el no. ¡A trabajar por el segundo!