

USA como lección electoral

Las encuestas no sólo miden las tendencias mayoritarias de la población: también influyen para crear nuevas mayorías. Las personas, por lo general, suelen ajustar sus criterios a las opiniones predominantes como un intento de ser aceptados y valorizados por la mayoría de la población. Sin embargo, hay sectores que mantienen sus opiniones definidas pese a los cambios de las tendencias mayoritarias y forman “núcleos duros” basados en formas de ver la vida y sus medios para resolver los problemas que afectan al país.

Las elecciones norteamericanas evidencian un frecuente error de análisis. No se trata sólo de lo declarado en una encuesta, como sondear entre lo que se declara, por ejemplo, a la pregunta “quien cree usted que ganará las elecciones”, sino más bien de sus opiniones personales sobre los grandes y pequeños asuntos de la actualidad. Consignadas sus preferencias es posible trazar un mapa real de la opinión pública y calcular los resultados eventuales según las continuidades o giros en los discursos de las campañas electorales.

El caso Obama es relevante. La mayor parte de la población se pliega a los eslóganes demócratas aparentemente liderados por el presidente americano. Sin embargo, el análisis detenido de las opiniones personales de los encuestados evidencia que ideológicamente se encuentran más cercanos a los republicanos.

Este “divorcio” entre el voto y el pensamiento personal no es infrecuente en las elecciones modernas. Suele ocurrir cuando la población no encuentra un representante confiable de sus ideas personales y, por consecuencia, se suma a la opción más cercana. Una cercanía que bien puede ser dentro de su espectro ideológico o bien a una apuesta por la continuidad – pese a no sentirse representado – pero que podría resumirse en el refrán: “más vale diablo conocido que nuevo por conocer”.

El problema se agudiza aún más cuando el “asunto político” no se centra en ideales sino en asuntos prácticos sobre “cómo resolver problemas”, como si se diesen opciones entre “gerentes nacionales” y sus fórmulas de administración del país. Aparece de forma natural una gran masa de “indecisos” que, por no verse representados por las opciones propuestas, no favorecen de forma tajante a ningún candidato, si bien presentan inclinaciones hacia el par de opciones predominantes nucleadas en los partidos en pugna.

Este punto explica las sorpresas electorales. Por un lado, los electores pueden predefinirse como simpatizantes de un partido o corriente ideológica y sin embargo en sus ideas personales pueden coincidir con otros modelos, tal vez rechazados por los “valores mayoritarios”. Y bastará un giro en el énfasis de los candidatos para dar un vuelco en el apoyo electoral.

Por otra parte, la ausencia de una representación creíble de las ideas personales puede devenir en un apoyo a una candidatura “de continuidad” pese al rechazo en las encuestas a sus políticas y resultados. No es un fenómeno extraño. En los sistemas políticos erigidos sobre el culto personal al líder no es infrecuente que no exista una oposición válida para los electores, ya sea por la propuesta de candidatos sin

liderazgo real o bien porque sus fórmulas de resolución de los problemas generan consciente o inconscientemente temor por su seguridad, la estabilidad nacional o nuevos problemas. No debe omitirse, en este punto, el natural temor del “sabotaje” por parte de los eventuales perdedores que hasta el momento fueron mayoría.

No se trata sólo de la habitual “oposición a todo” y consecuentes bloqueos a la gestión del nuevo gobierno. También influye en el panorama la acción de las múltiples agrupaciones, organizaciones y movimientos “sociales” que dinamitarán la acción de la nueva administración. Sin embargo, para los observadores sociales, este segundo factor es más propio y efectivo cuando es agitado desde las izquierdas, celosos propietarios autodenominados como exclusivos dueños de la representación popular y mayoritaria. Las “derechas”, por su parte, suelen confiar su acción basados en los principios de la libertad individual y libre determinación, razón por la cual sus acciones se concentran en la publicación de análisis y resultados tanto como estudios y trabajos que informen a la población, ya sean denuncias como propuestas. En su *ethos* derechista consideran ilegítimo o “de mal gusto” generar movimientos de presión social como no sean los relacionados a temáticas valóricas como la defensa de la seguridad, la familia o la vida, puntos más vinculados a reacciones emocionales de elección personal “con sabor” a “imposición sobre las mayorías” representadas en la escala valórica de las izquierdas. Una izquierda que se apropió de agendas sociales como ecología, respeto por “minorías”, separatismo, etc.

El aspecto psicológico y emocional es otro factor en el análisis. Obama genera simpatía por su carisma personal. Los republicano – caricaturizados por la industria cultural como “represivos y egoístas”, habituales “malos” de las películas, novelas o canciones – no dan un buen ejemplo en carisma personal, enfrascados en la mutua destrucción de las propuestas en su interna electoral. Y no, no logran generar simpatías personales en sus candidatos. *“Si son capaces de hacerse eso entre ellos, por una interna electoral, ¿qué nos dice sobre su conducta como candidatos presidenciales o durante su mandato?”*, suele ser la opinión frecuente de la población vertida en las redes sociales.

Si los demócratas suelen enfocarse en la simpatía por el carisma del candidato, mimado por Hollywood y la maquinaria cultural – i.e. Kennedy, Clinton, Obama, etc. – los republicanos lideran las simpatías en cuanto a “opiniones personales” de los electores. En otras palabras, los demócratas fácilmente generan simpatías por la persona presentada como candidato y los republicanos poseen la simpatía por sus ideas en los electores, aún cuando no sientan que personalmente puedan expresarlas en sociedad y ser aceptados.

La fórmula demócrata precisa generar simpatía por sus ideas y fórmulas tanto como la republicana precisa aumentar la simpatía por su candidato. Las estrategias habituales suelen pasar por remarcar en el enemigo los aspectos más temidos por la población... desde la perspectiva del candidato. Obama remarcará el aspecto conservador de los republicanos y éstos enfatizarán el modelo anti-americano de Obama junto a los resultados desastrosos de su administración. Unos y otros debatirán sobre aspectos racionales en el debate y paralelamente trabajarán los estímulos psicológicos, culturales y emocionales de los electores.

Si unos y otros, en un intento de acercarse a un electorado indeciso, adoptan posturas ideológicas del enemigo, confunden los términos. Se simpatiza con la persona, si, pero se dejan fuera las simpatías personales con las fórmulas y valores en juego. Un conservador con fórmulas, valores o ideas de izquierda causa rechazo en su

electorado y no provoca confianza o simpatía en la izquierda. Y, de forma semejante, una izquierda que observa a su candidato como simpatizante con las propuestas y valores de la derecha pierde su confianza en su personaje.

No se trata, por tanto, de asuntos “prácticos” sino de una compleja cuestión que abarca más campos y profundidades. Como, por ejemplo, lo que la población atribuye a cada opción. A las derechas se les suele atribuir confianza en su gestión de la economía y manejo de las cuentas públicas y a las izquierdas se les atribuye, por ejemplo, un manejo de los “conflictos sociales” que suelen disminuir cuando tienen el poder en sus manos.

Pero ¿qué ocurre, por ejemplo, cuando el mensaje de los candidatos se dirige a los “rechazados por el sistema”? Las encuestas evidencian que muchos electores, aún militantes políticos, no se sienten en tal situación y que gran parte de los “independientes” no se sienten representados por la consigna. Un énfasis inapropiado sólo genera temor en los votantes por las eventuales políticas del nuevo gobierno que afecten a sus intereses personales.

Veamos un ejemplo con la percepción y autoimagen de la crisis. Un porcentaje mayoritario de los independientes (60%) coincide con la consigna “*América está dividida entre ricos y pobres*”. Dejemos de lado la veracidad o falsedad de una visión bipolar que deja fuera del análisis la enorme población que pertenece a distintos grados de patrimonio, que dan lugar a la enorme “clase media” de mayor o menor grado de riqueza y expectativas para sus descendientes. El punto a analizar se encuentra en la adhesión de los independientes a la consigna: “el sistema americano es básicamente justo”, que resulta ser una mayoría electoral semejante (60%). Y más sorprendentemente aún, un aplastante 72% se percibe a sí mismo como “mejor que el promedio de los conciudadanos”. Algo semejante ocurre en las encuestas de otros países y el motivo es el mismo.

Entonces, si la población en sus opiniones personales mantiene una visión como la analizada, ¿no resulta comprensible que un llamado a mayor igualdad social y redistribuir la riqueza castigando a los que más riquezas producen, resulte poco valorada e incluso rechazada por la población en sus opiniones personales? Y mucho más chocante será dicho mensaje si es emanado desde las cúpulas de un poder político al que familiarmente el “hombre de la calle” atribuye la culpa de la corrupción y la falta de soluciones y oportunidades reales de una vida mejor a futuro.

A la población le preocupan no sólo temas prácticos, aunque éstos sean su primera prioridad. Ella está inquieta por el futuro de las generaciones que vienen, por la deuda nacional, por la corrupción e inacción parlamentaria o por la seguridad, inmigración, terrorismo, empleo, salud y educación. Y no se trata de grandes temas de prensa: realmente la población está preocupada del asunto y ocupada en buscar fórmulas para remediarlo.

Y pesan, del mismo modo, los modelos culturales americanos. Los estudios pormenorizados de la intención de votos suelen prestar atención a la raza del votante y operan, en consecuencia, los estereotipos proyectados, esto es, que afroamericanos y latinos votarán siempre a demócratas esperando beneficios de la izquierda y que los blancos votarán a republicanos para preservar el “sueño americano”. Pero si bien, por ejemplo, más de un 80% de la población “blanca” se mantiene indecisa, es verdad también que una mayor formación en cultura cívica y el ingreso de las redes sociales entre los votantes ha cambiado “los viejos patrones” electorales. El rechazo a los

partidos políticos, a los rescates bancarios, a la pérdida de un futuro próspero, el reclamo por mayor participación en las grandes cuestiones nacionales y el surgimiento de la “protesta ciudadana” han marcado la intención de voto de un modo que no consideran los encuestadores. Y como en USA, en otras naciones modernas.

Lo que veremos en las elecciones norteamericanas, como en otras elecciones y agitaciones mundiales, es la rebelión del electorado ante temas públicos y privados. Y es un punto muy interesante para contemplar, en tanto el ingreso de la esfera privada pone en jaque al discurso clásico de los partidos políticos tradicionales: es el ingreso de los asuntos domésticos y las nuevas cartas valóricas de los ciudadanos. Se trata, como antes, del manejo del presupuesto nacional y los gastos del gobierno, de los impuestos y legislaciones generales, pero también el desempleo, la inflación, la ecología, las demandas de las minorías, las condiciones de la educación y el ingreso al mundo laboral, los jubilados y asuntos éticos como el aborto, el matrimonio o la transparencia de las entidades públicas y privadas con el consecuente reclamo ciudadano para que se tomen medidas contra la corrupción.

El manejo del gasto y el déficit no es menor. En naciones que también se presentan a elecciones en este período será, probablemente, uno de los grandes asuntos en debate. Si reiteramos este asunto es para destacar el problema de fondo: las concepciones del electorado respecto a valoraciones como el concepto de justicia, libertad, solidaridad, minorías, identidades, derechos y roles del Estado y la persona.

Una lección que están aprendiendo los norteamericanos y que se extiende al contexto internacional, es una verdad psicológica muy simple: *las personas sólo escuchan lo que están dispuestas a oír y eso suele ser, normalmente, lo que ya piensan y necesitan*. O los mensajes se adaptan a este modelo o probablemente las decisiones serán impulsivas y acomodadas al mensaje emocional más fuerte y cercano a sus preocupaciones personales.

Estados Unidos como lección electoral, anticipando un triunfo previsible, debe ser estudiado con gran atención por los políticos y analistas de otras naciones si desean comprender los cambios que vienen, si se desea evitar errores de interpretación sobre nuevos movimientos sociales, las fuerzas que los desencadenan y las soluciones que exigen.