



Tiempos de oportunidades

Reflexiones en torno a la opinión pública y la actualidad política

Aníbal Urios

Licenciado en Ciencias Políticas y RR. II. Consultor político. Director de DC Consultores. @UriosAnibal

Recepción: 24/5/2024 | Aprobación: 4/6/2024

¿Síntomas de cambio de época?, ¿reestructuración ideológica?, ¿fracaso de modelos tradicionales? La actualidad presenta un sinfín de interrogantes como consecuencia de los resultados electorales del 2023 en la Argentina, más allá del «fenómeno» Milei, el cual representa un cambio de paradigma. Ahora bien, dicho cambio constituye en todas sus facetas algo mucho más complejo que la sola figura del actual presidente. No es posible sintetizar la realidad en un solo hombre y mucho menos en su particular estilo de comunicación política.

Todo proceso político y social tiene un inicio en ciertos antecedentes o contextos que van generando las condiciones para los cambios de época. Lejos de creer que dichas situaciones surgen de un día para el otro, es posible señalar que, durante los últimos veinticinco años de la política argentina, hemos presenciado diversas situaciones que pueden comenzar a explicar el contexto actual. Tal vez aquel «que se vayan todos» del 2001 (hoy quizá anecdótico) pueda considerarse como el puntapié o antecedente lejano que marcó el último partido por jugarse con las reglas y actores tradicionales de la política.

Esas reglas netamente discursivas de tinte ideológico, que servían como excusas justificadoras de decisiones y acciones del poder político, lentamente fueron desvaneciéndose junto con la relevancia de los partidos políticos tradicionales. A su vez, aquel argumento que sostenía la justificación de las narrativas y las decisiones a partir del sustento ideológico también fue perdiendo peso frente a la opinión pública y, por tanto, al electorado, en la medida en que hubo cierta desconexión con la política (y, por tanto, con sus ideologías).

Ese pensamiento colectivo fue durante mucho tiempo una excusa en la explicación del uso del voto (el votante esgrimía cierta interpretación ideológica *aggiornada* a un bienestar futuro y justificaba su voto). Ello incluso podía ser utilizado para «perdonar» malas

decisiones, políticas públicas ineficientes o al propio político de turno, y otorgar segundas oportunidades.

Volviendo a los sucesos del 2001, es relevante destacar que estos no desembocaron inmediatamente en un cambio de época, probablemente por miedo a lo nuevo, o tal vez, porque nadie supo representar algo verdaderamente novedoso para la política local. Incluso, el triunfo de Mauricio Macri en 2015 (rompiendo la hegemonía del kirchnerismo) no llegó a representar ese cambio rotundo, ya que fue una mezcla de lo viejo con lo nuevo (lo viejo no termina de morir y lo nuevo no termina de nacer). La única modificación que provocaron esos cuatro años de gestión de Cambiemos fue la de romper con la premisa «un gobierno que no fuera peronista no termina su mandato».

No obstante, ese cambio de época llegaría unos años más tarde como consecuencia de los efectos del confinamiento por covid-19 (que puso de manifiesto el mal uso del discurso político y llegó a vaciarlo completamente), sumado a la crisis económica y de infraestructura del gobierno de Alberto Fernández. Si a ese contexto se le incorpora y reconoce el hartazgo, la desilusión y la bronca social generalizada hacia todo lo relacionado con la política y los políticos (incluso el propio Estado), se observan las condiciones ideales para la manifestación de un cambio real de época.

A su vez, la clase política, carente de reacción y reflejos, apeló a sus métodos tradicionales, a su manual, a sus formas discursivas clásicas, y quedó expuesta a la sobreactuación y al malhumor social. Ese coctel de variables emocionales provocó angustia y un vacío político nunca visto en los últimos cuarenta años.

Ahora bien, ¿cómo la política reconstruye la esperanza, la confianza y la comunión con el electorado? Difícil, y mucho más si consideramos la miopía de ciertos sectores que, lejos de entender la agenda ciudadana y las expectativas sociales, continuaban pensando escenarios electorales tradicionales. El problema de dicha lectura es que la opinión pública venía manifestando su hartazgo y su voluntad respecto de qué o a quiénes no quería más, sin estar tan clara la opción deseable (como dice la psicología, el cerebro lo primero que define es lo que no quiere).

Esta lectura inicial fue tal vez el primer gran error de quienes desarrollamos tareas de consultoría y análisis político. No supimos ver a tiempo por dónde se estaba construyendo el voto, qué aspectos o variables lo iban a movilizar en las elecciones.

Con el diario del lunes, reconozco que el contexto actual es un desprendimiento tardío de aquella crisis del 2001, que aún no tiene un final claro y definido (es un partido que se sigue).

Ahora bien, retomando el título de la presente reflexión, y luego de la introducción realizada, quizás ahora valga la pena explicar por qué «tiempos de oportunidades». A quienes nos gusta el análisis y la investigación encontramos en estos tiempos nuevos desafíos que no permiten seguir aprendiendo. En DC Consultores, estamos en la búsqueda

constante de nuevas herramientas que nos permitan entender y comprender la opinión pública en general y al electorado en particular. Para ello entendemos que es necesario trabajar permanentemente en la modificación y adaptación de las herramientas y métodos de medición y análisis.

Si entendemos que el voto es emocional y no racional (puesto que la emoción bloquea la razón), es indispensable comprender qué emoción nos empuja a tomar determinadas decisiones en nuestra vida. Ya no nos importa tanto la explicación racional que las personas nos puedan dar, porque, en el fondo, esta es una manera de argumentar esa emoción.

A pesar de que las encuestas fueron acertadas (salvo en las elecciones PASO), lo importante fue entender por dónde pasaba este fenómeno político actual. Las expectativas a futuro movilizaron mucho más al electorado que un buen discurso ideológico (por más actual que se presente).

En ese sentido, hace poco me consultaron respecto del éxito del presidente, a lo cual respondí que tenía muy claro qué partitura tenía que tocar, que nunca es la misma, y que por ello consideraba que era un excelente intérprete del termómetro social. Se dedica a escuchar y responder (cosa inversa respecto de la política tradicional), y aquí la oportunidad aprovechada por Milei: tener el termómetro social al día. Saber para poder hacer.

Me gusta definir la situación actual con una ruleta de casino, en donde el electorado (en virtud del hartazgo y la desilusión) apostó todo lo que le quedaba a un solo color, ni siquiera a un número. Hoy se encuentra expectante de esa gran apuesta, que puede salir muy bien o muy mal, pero que aún hoy lo mantiene con niveles importantes de esperanza. Eso el presidente lo sabe y por ello alimenta esa apuesta, yendo muchas veces a fondo y de una manera que no estamos acostumbrados.

A modo de cierre, comparto una de mis frases de cabecera: Vence quien convence..., pero para convencer tengo que conocer.