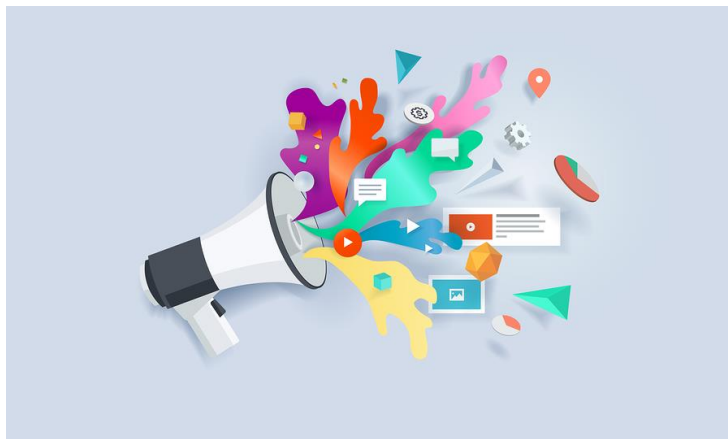


Tips Políticos

Campaña, voto y "no voto"

La campaña electoral para las PASO entra en sus últimos días, la calma cambiaria y la sensación de una mayor estabilidad económica han permitido al gobierno mejorar sus números en las encuestas y achicar la distancia con la fórmula encabezada por Alberto Fernández quien no ha terminado de sentirse "cómodo" en el rol que le toca jugar.

Si tomamos la actual campaña como un laboratorio o entrenamiento para el plato fuerte que será la que tendrá lugar rumbo a la primera vuelta en octubre, por el lado del oficialismo nuevamente parece estar funcionando casi sin desperfectos la maquinaria electoral que ha llevado a éxitos anteriores.



Cambiamos (hoy Juntos por el Cambio) tiene una gran habilidad para llevar adelante campañas, funcionan de manera coordinada, profesional y moderna, lo que les permite tener la tranquilidad de saber que casi no se cometerán errores no forzados: todo lo que se dice y se hace está planificado y chequeado al detalle.

Un aspecto importante en el funcionamiento de esta estrategia es el de la centralidad, las decisiones estratégicas y sobre el rumbo que toma la campaña, salvo cuando una jugada de otro espacio corre el eje, están a cargo de un grupo reducido de personas liderado por Marcos Peña.

Al mismo tiempo, hay un manejo exhaustivo y minucioso de la información respecto de los votantes, todo lo que se pueda saber sobre sus gustos, sus preferencias, sus temores y sus anhelos es analizado y puesto en juego en la construcción de un discurso que no circula por los canales habituales de la política tradicional sino a través de herramientas mucho más modernas.

Juntos por el cambio trabaja sobre un concepto de mensaje "masivo de cercanía" (una especie de oxímoron) en el que se le habla a uno, y a "todos" los que son como él, a través "audios" de WhatsApp de Mauricio Macri a una persona específica, que luego transitarán por todos los grupos y redes sociales.

Esta capacidad de entender los nuevos medios de comunicación que la sociedad utiliza ha puesto, ya en elecciones anteriores, a Cambiamos en la vanguardia de las campañas electorales, la novedad en esta elección es la priorización de WhatsApp como medio de difusión.

Rápidamente el oficialismo entendió que esa aplicación no es solo un sistema de mensajería instantánea, sino que se trata de una nueva red social, por la que circula información, datos y publicidad, y en la que las personas no solo interactúan uno a uno y por cuestiones específicas, sino que cada vez más el ámbito en el que se informan, opinan, debaten e interactúan con muchos al mismo tiempo.

Pensemos solo por un momento qué aplicación de nuestro teléfono utilizamos cuando queremos averiguar algo o que otros se enteren rápidamente de algo que nos pasa, nos preocupa o no nos gustaría socializar.

Los perros perdidos antes se buscaban con carteles en los postes de luz, luego con publicaciones de Facebook (hoy en día también) y ahora con mensajes de WhatsApp que llegan y se reenvían a miles de grupos casi al mismo tiempo.

Juntos por el cambio está demostrando nuevamente su capacidad para llevar adelante campañas electorales siempre bajo el paradigma "duranbarbista" y basadas en la el acceso y manejo de datos, la centralidad en la toma de decisiones (Marcos Peña) y la utilización de nuevas tecnologías.

En cuanto a estrategia discursiva se intenta desde el oficialismo mantener la discusión en torno a tres ejes: obras, corrupción y seguridad, y al mismo tiempo evitar entrar en debate sobre la coyuntura económica.

La relativa calma cambiaría de los últimos dos meses y la moderación de los índices mensuales de inflación, junto con algunas "buenas noticias" como el acuerdo UE-Mercosur le han permitido al oficialismo aprovechar esas habilidades para mejorar sus números y, de acuerdo a la mayoría de las encuestas, llegar a las PASO más cerca de la fórmula Fernández-Fernández.

Por el lado del kirchnerismo, la campaña muestra un espacio al que aún le falta recorrido para consolidarse y lograr un funcionamiento más coordinado. Hoy no parece haber una línea clara en cuanto a la estrategia discursiva y eso incomoda a Alberto Fernández.

El candidato de "Todos" intenta hacer equilibrio entre la dureza que demanda el sector más ortodoxo del kirchnerismo y una moderación que le permita seducir a aquellos que están indecisos o decepcionados con el actual gobierno.

Hasta hoy su campaña ha sido desordenada y eso ha generado ruidos que en general complicaron la estrategia. Una acumulación de voces en muchos casos disonantes que se superponen y adolecen de coordinación parece reflejarse en la imposibilidad que tiene el espacio de superar un techo que esperaba romper.

Al mismo tiempo la moderación en las expectativas negativas en lo económico ha hecho que a la oposición le cueste centrar el debate político en la actual coyuntura, ámbito en el que tiene más ventajas para sacar.

Ante esta situación asistimos a una radicalización del candidato del Frente Todos que, para poner de relieve la agenda económica jugó fuerte planteando que el dólar está subvaluado y proponiendo pagar un futuro aumento a los jubilados con los intereses de las Leliq, idea que tuvo un rechazo de la gran mayoría de los analistas económicos por inviable.

Puede que esta radicalización busque también romper la calma, por cierto endeble, del mercado cambiario, pero lo cierto es que esto no ha sucedido, ni con las Leliq ni con la opinión sobre el dólar el mercado reaccionó negativamente.

Más allá de los ejemplos puntuales o de esta eventual radicalización del discurso de Alberto Fernández, lo que queda en evidencia es que no se ha visto ni centralidad en la toma de decisiones, ni coordinación, ni un discurso ajustado y elaborado en esta primera etapa del proceso electoral del frente Todos.

Sin embargo, y a pesar de estas falencias, el espacio opositor sigue liderando todas las encuestas para la PASO y la Primera vuelta y en una situación de empate técnico cara a una eventual segunda vuelta.

Conclusiones

Los últimos meses han sido favorables al gobierno tanto por la calma económica y las buenas noticias como por los errores que ha cometido la oposición, eso le ha permitido a Juntos por el Cambio crecer y acercarse notablemente al kirchnerismo.

Sin embargo, el escenario electoral sigue planteándose como incierto y hay elementos que solo podremos observar el día de la elección como por ejemplo el voto en blanco, el voto nulo y el ausentismo.

En esos tres votos se esconde, junto con los votantes de Lavagna y Urtubey, el sector que no está dispuesto a votar ni al gobierno ni a la oposición, el momento en que la herramienta de "no voto" se va a utilizar como castigo a la falta de alternativas puede llegar a ser la PASO, pero en un

escenario tan radicalizado como este, el temor a que luego una de las dos fuerzas triunfe puede obligar a esos votantes a elegir.

Hablamos entonces de que se pueden adelantar los tiempos y no es improbable pensar en que el oficialismo u oposición pueden llegar a ganar en primera vuelta. Recordemos que para hacerlo alcanza con obtener entre el 40 y 45 por ciento de los votos y una ventaja de 10 puntos sobre el segundo, o superar el 45% de los votos.

Ese número parece hoy inalcanzable, pero en una elección altamente polarizada como la que se puede configurar luego de la PASO, el temor a un triunfo kirchnerista o el temor a que continúe el gobierno pueden darle una alegría a uno u otro espacio.

La clave está en los comportamientos que no miden las encuestas.

Lic. Manuel Font