

Réquiem para los gurúes del marketing electoral

La política es una ciencia empírica que maneja realidades y comportamientos humanos, en función de la captación de los preferidos para acceder al poder. Hoy por hoy la evaluación marca una tendencia en la cual los ciudadanos suben en ascensor y las campañas políticas por la escalera y de allí los resultados eleccionarios parecen insólitos e inexplicables; de todas maneras hay una sola verdad que la interpreta solamente el pueblo soberano y democrático.

En este contexto las campañas preelectorales utilizan distintas herramientas y mecanismos tales como el sondeo de opinión, mediciones y encuestas para convencer a la ciudadanía sobre la oferta de los partidos políticos y/o candidatos; sin embargo es tal la confusión por el combo variable de candidaturas que en la mayoría se ponen a disposición del electorado que el resultado es un insalubre crucigrama.

En definitiva el escenario político está abierto y con muchas incógnitas respecto de las candidaturas, consecuentemente no se vislumbran propuestas transformadoras o "se esconden para aplicarse en el futuro".

En oportunidad de analizar el resultado de las elecciones de 2007, en una nota publicada en NORTE (21/09/07) ya advertíamos que las encuestas no deben transformarse en un mecanismo de manipulación, porque generan desconcierto en la ciudadanía, que a la postre le resulta incomprendible como aquella otorgaba un porcentaje de ventaja sobre los demás; que no coincidió con el resultado oficial de la elección; con el agravante tras cartón que el perdedor imaginaba que había sufrido un fraude electoral.

Como una premonición recomendaba en dicho artículo



Por José
Hernando Pirola

que el voto electrónico se transformaba en una garantía de transparencia de todo proceso electoral. Hoy vemos que es unánime la aplicación en nuestra provincia de la boleta única electrónica, y con seguridad señalo que el veredicto de las urnas será inapelable.

En los últimos tiempos se han desvirtuado los objetivos que generaron la aplicación de las encuestas por su intencionalidad promocional para favorecer a determinados candidatos. El ejemplo más reciente lo tenemos con la totalidad de las encuestas que se realizaron para las elecciones del jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; en las que el candidato ganador superaba en casi 10 puntos al segundo inmediato y con sorpresa nos despachamos que la diferencia era de menos de 3 puntos. Sin contar con el acoso publicitario televisivo que bloqueaba la libre determinación del elector.

Y si hablamos de historia no debemos olvidar que en los momentos previos a la elección del 2007, el caso chaqueño cobró notoriedad en tanto y en cuanto una de las consultoras más importantes le daba al partido radical una diferencia de casi 30 puntos, y el resultado fue a la inversa;

lo que provocó una resistencia del perdedor a aceptar el veredicto de las urnas, confiado en la encuesta que sostenía lo contrario manteniendo en vilo a la ciudadanía con el lógico desgaste institucional.

Esta peligrosa y sutil fórmula para direccionar la voluntad popular que altera la libre elección del ciudadano en el subconsciente colectivo electoral. Muchos países han prohibido hacer este tipo de propaganda indicativa con encuestas de 15 a 20 días antes de la elección, como el caso de Paraguay.

En definitiva las encuestadoras no están siendo imparciales en su trabajo, quiero pensar que es de buena fe y que no responden deliberadamente a quien les encomienda la tarea, ya que en el supuesto caso de existir una simple sospecha, el resultado debería ser anulado.

Ante las perspectivas superadoras en el futuro democrático de la provincia y de la nación, sería conveniente evitar las mal formaciones técnicas de los "especialistas" en marketing electoral que con prácticas mágicas atenten contra principios irrenunciables a la gobernabilidad democrática. Abogemos por prácticas políticas ordenadas y equilibradas, lideradas por una dirigencia política que muestre capacidad para articular mecanismos modernos de negociación, mediación y construcción de consenso y de resolver temas y problemas ciudadanos. La gente anhela ver esa capacidad política de construir gobernabilidad. De lo contrario, perderá confianza y credibilidad en los políticos y las instituciones, generando condiciones de ingobernabilidad.

(El autor es abogado y observador electoral designado por la OEA, como experto en documentación electoral en América Latina).