



CHANGE AND DEMOCRACY,
THE OPPOSITION'S ISSUES

CAMBIO Y DEMOCRACIA, LOS ISSUES DE LA OPOSICIÓN

Javier Sánchez Galicia

Resumen

Dos temas pilares en una campaña de oposición son Cambio y Democracia. Estos issues sirven para polarizar al electorado y son la base para construir el eje rector de una campaña competitiva. La aspiración de cambio se manifiesta en la creciente población de electores jóvenes, característica del elector volátil: conectado, informado y crítico. El cambio es un tema que ha cobrado importancia en los últimos años, particularmente en los partidos de oposición que han sabido canalizar el creciente sentimiento antisistema que invade América Latina.

Palabras clave: oposición; cambio; democracia; desafección política; campaña política; elección; antisistema; actitud política; elector.

Abstract

Two pillars themes in an opposition campaign are Change and Democracy. These issues serve to polarize the electorate and are the base to build the axis of the competitive campaign. The change aspiration manifests itself in the growing voter's population, characteristic of the volatile voter: connected, informed and critical. The change is the topic that has become important in recent years, particularly in the opposition parties that have managed the growing anti-system sentiment that invades Latin America.

Keywords: opposition campaign; change; democracy; political disaffection; political campaign; election; anti-system; political attitude; elector.

Dos temas pilares en una campaña de oposición son Cambio y Democracia. Estos *issues* sirven para polarizar al electorado y son la base para construir el eje rector de una campaña competitiva.

La aspiración de cambio se manifiesta en la creciente población de electores jóvenes, característica del elector volátil: conectado, informado y crítico. El cambio es un tema que ha cobrado importancia en los últimos años, particularmente en los partidos de oposición que han sabido canalizar el creciente sentimiento antisistema que invade América Latina.

Tiene tres modalidades:

- 1 Busca lo nuevo, lo diferente.** Aquí se palpa el deseo de los electores de participar, particularmente en decisiones de gran trascendencia, hacer historia e imponerse a la continuidad y a la inercia.
- 2 Cambio justiciero.** Sintetiza la capacidad real del elector de otorgarle una oportunidad de tomar el poder a los partidos de oposición al sistema, o bien, a candidaturas independientes.
- 3 Cambio significa que pierda el sistema.** Esta aspiración es retomada por electores que quieren ver derrotado al partido en el poder, al que ubican como “la causa de los males” que padece la demarcación en la que compiten.

I. ACTITUD POLÍTICA

El comportamiento del mercado electoral en América Latina y sus razones de voto están definidos por diversos factores. Uno de los más relevantes se refiere a la actitud política. Molestos por el deterioro de la economía que resienten día a día, los electores reaccionan en contra de la clase política que se enriquece a costa del esfuerzo de los ciudadanos. El rechazo a la clase política es una constante; la lealtad partidista, una excepción.

Esta ausencia de pertenencia, disgusto, falta de representación y rechazo a los partidos políticos se la conoce también como desafección política (Campillo, 2016). Es un desapego al régimen y a su sistema de representación que alcanza un polo negativo definido por una hostilidad completa hacia el sistema político. Entre los síntomas más importantes que reflejaron el ánimo de los electores encontramos: ineficacia, disconformidad, cinismo, separación, alejamiento, impotencia, frustración, rechazo, hostilidad y alienación.

En pasados procesos electorales, este sentimiento se traducía en un *voto de castigo*. Las últimas elecciones no reflejan sólo descontento, es algo más profundo.

Los electores reaccionan en contra de la clase política que se enriquece a costa de los esfuerzos de los ciudadanos.

El descontento supone la insatisfacción por los rendimientos negativos de un régimen o de sus dirigentes ante su incapacidad para resolver problemas básicos. El descontento no suele afectar la legitimidad democrática y es, sobre todo, coyuntural. Depende de los vaivenes de una opinión pública vinculada a la popularidad de los gobiernos y sus políticas.

La desafección política invade, sobre todo, a los nuevos electores: jóvenes, informados, críticos, conectados, no *acarreados* a actos partidistas. Representan el 58% de los electores que componen el voto *switcher* y que suelen definir una elección. Son los que adoptan una actitud antisistema y presentan dos posturas: a) no acuden a votar, porque no creen en el sistema de partidos, o b) votan para ver perder al partido en el gobierno.

El razonamiento actual es que los ciudadanos ya no votan a favor de lo que un gobierno hace, sino que vota en contra de lo que deja de hacer.

La desafección política crea un sentimiento antisistema que aunado a la posibilidad que tiene el ciudadano de hacer valer su voto, acelera la derrota del partido en el poder. El razonamiento actual es que los ciudadanos ya no votan *a favor* de lo que un gobierno hace, sino que vota *en contra* de lo que deja de hacer.

Continuidad vs Cambio es una fuerte lógica de voto en los procesos electorales de América Latina. La participación política, el valor del voto, el respeto a la voluntad ciudadana e instituciones con legitimidad, logran resultados que fortalecen la vida democrática.

II. DEMOCRACIA

Un eje central en las democracias es el supuesto de que los partidos representan diferentes propuestas que el ciudadano pondera para tomar una decisión a partir de un proceso de debate. Desde esta óptica, las democracias funcionan en la medida en que el ciudadano percibe diferencias y otorga distinto nivel de atribución, positiva o negativa, a las fórmulas políticas que participan en una contienda electoral.



Foto: Jóvenes nicaragüenses en una de las manifestaciones del pasado año 2018, exigiendo más democracia y respeto de sus derechos al Gobierno.

Cada fórmula electoral tiene activos y pasivos que presentan la materia prima sobre la cual partidos y candidatos deberán construir sus estrategias de comunicación. Estos activos y pasivos poseen dos características centrales:

- 1 En términos semánticos, se presentan como extremos opuestos y son los ejes o temas de polarización.
- 2 Mientras un tema puede resultar un activo para un partido, por la atribución positiva que le otorga el elector; para otro partido puede ser un pasivo y generar una atribución negativa. En general, un tema constituye un pasivo cuando carece de credibilidad y legitimidad.

Esta atribución, tanto positiva como negativa, resulta tan decisiva que una tarea fundamental para el diseño de estrategias de comunicación es reconstruir, desde la óptica del elector, su jerarquía de necesidades y el orden de expectativas que posee acerca de los partidos políticos y de su desempeño gubernamental.

Una creciente proporción de jóvenes y quienes han logrado un nivel de escolaridad media o superior, y que además habitan en zonas urbanas de América Latina, expresan su interés y aspiración de que en su país haya democracia real. Esta aspiración se expresa también en el deseo de participar en el proceso democrático de la región. Estos son los temas que el mercado electoral latinoamericano considera relevantes, y que son ban-

Una creciente proporción de jóvenes latinoamericanos expresan su interés y aspiración de que en su país haya democracia real.

dera propicia para la oposición. Constituyen el marco de referencia obligado para construir estrategias de comunicación competitivas. Combinados con temas como seguridad, empleo, economía, salud, educación, entre los más relevantes, pueden ser suficientes para construir razones de voto en una campaña electoral.

Es un hecho que no existen dos elecciones iguales. Las características y el contexto de una campaña determinan las reglas del juego, que varían de un proceso electoral a otro. Los temas alrededor de los cuales un candidato articulará su estrategia, dependerán de la agenda pública; de los temas que los ciudadanos señalen como relevantes; de lo que está en juego en la elección; de las lógicas de voto, de los resortes emocionales que muevan al electorado; de problemas y demandas no resueltas, del ánimo ciudadano, y de aquello que los medios han puesto como prioridad en sus agendas.



Javier Sánchez-Galicia
 Presidente del Instituto de Comunicación Política (ICP). Comunicólogo y Consultor en Comunicación política, electoral y de crisis.
 ✉ kratos1@grupokratos.com