De Ecuador para América Latina: Las claves de la primera vuelta

ALEJANDRO FIERRO Y GISELA BRITO :: 05/03/2017

Tanto desde la izquierda como de la derecha, el blanco de la ofensiva era la candidatura de Lenín Moreno. Casi no se registraron ataques entre ellos

El próximo 2 de abril la presidencia de Ecuador se dirimirá, al igual que el 2015 en Argentina, en una segunda vuelta entre Lenin Moreno, el relevo de Rafael Correa, y Guillermo Lasso, el representante de la derecha en el país. La campaña electoral de la primera vuelta ha estado marcada por una serie de temas que sin duda se intensificarán en las próximas semanas y que, además, son en parte extrapolables a las diversas citas electorales que se vivirán en América Latina en este año y el próximo.

1.- La percepción de crisis económica marca la campaña. Cuando el electorado percibe que la economía va mal, el resto de temas desaparecen. Poco importa si realmente se puede hablar o no de una crisis, cuán profunda sea ésta o quién es el responsable. Lo cierto es que en el momento en el que se instala la sensación de crisis, los electores orientan su voto principalmente en función de su percepción sobre la economía.

Obviamente, los partidos de la oposición son los primeros interesados en propagar esta matriz. En Ecuador, a pesar de que el país ostenta una de las tasas de desempleo más bajas de América Latina, todas las formaciones aspirantes a desbancar a Alianza País, con independencia del espectro político en el que se sitúen, han trazado un panorama catastrófico. Según todos los sondeos de opinión, las principales preocupaciones de la ciudadanía ecuatoriana son el desempleo y la crisis económica.

2.- La corrupción como correlato de la crisis económica. Cuando la situación económica comienza a ser percibida como negativa, emerge la denuncia generalizada de la corrupción. Ante este tema, el electorado suele tener un comportamiento un tanto cínico. En los tiempos de bonanza, la corrupción puede ser incluso aún mayor, pero es perdonada -y hasta ignorada- en nombre del buen momento económico.

En cambio, en momentos de percepción económica negativa, la indignación ante la corrupción se extiende por todo el entramado social. Electoralmente, las sospechas de corrupción castigan más a las opciones gobernantes. Pero, sobre todo, pesan sobre las formaciones progresistas. A la izquierda se le supone un prurito moral que debe mantener. A la derecha, por el contrario, le pasa menos factura, como si el elector diera por hecho que la corrupción está en su ADN.

En este contexto, la derecha sólo tiene que poner su formidable maquinaria mediática a funcionar. La campaña ecuatoriana ha estado salpicada de acusaciones sin pruebas, medias verdades y completas mentiras... En ese ventilador acusatorio, cualquier nombre que saliera a relucir ya quedaba manchado.

3.- La disputa por el cambio. Lógicamente, si la percepción generalizada es negativa, el electorado demanda un cambio de rumbo. El concepto de "cambio" ha sobrevolado toda la campaña ecuatoriana, explicitado en la mayor parte de los lemas, incluido el de Lenín Moreno, candidato de Alianza País (El cambio verdadero).

Tras periodos dilatados al frente de sus respectivos gobiernos -diez años en Ecuador, 18 en Venezuela, 11 en Bolivia- los procesos de emancipación tienen graves problemas para postularse como los protagonistas del cambio. Sin embargo, es fundamental librar esa batalla por las expectativas. Todo lo conseguido a lo largo de estos años no vale como oferta electoral. Tampoco sirve el llamamiento a defender los derechos y las mejoras duramente conquistadas ante una nueva ofensiva neoliberal. Para el elector, eso es el pasado. Las últimas elecciones legislativas venezolanas y la elección presidencial argentina de 2015 fueron ejemplos sintomáticos. En las disputas electorales recientes en América Latina las motivaciones emocionales y el deseo del "cambio", un potente significante esperanzador, confluyen con la acumulación de opiniones negativas sobre los procesos progresistas. El cambio se erige así en una suerte de idea fuerza para aglutinar el voto anti-procesos progresistas.

4.- Los grandes climas de opinión. Todo lo expuesto hasta el momento evidencia la facilidad que tiene la derecha para crear marcos de sentido que acaban por impactar en la opinión pública. A los ya reseñados de la crisis económica y la corrupción, en la campaña ecuatoriana hay que añadir un supuesto autoritarismo de Rafael Correa, la ausencia de democracia o la polarización a la que habría llevado al país.

Pero, sobre todo, la derecha quiere instalar la matriz de que la crisis económica es, en realidad, una crisis de los modelos progresistas. Es la teoría del "Fin de Ciclo". Las diferentes concreciones de los procesos de emancipación -Ecuador, Bolivia, Venezuela, Argentina, Brasil…- son intrínsecamente fallidas. Si se mantuvieron, continúa este relato, fue por el inusual elevado precio de las materias primas, desde el petróleo hasta la soja. Cuando los precios se normalizaron, estos sistemas mostraron todas sus carencias y se desmoronaron.

En las elecciones que se avecinan, todas en contextos económicos complejos, va a estar presente esta revisión del Fin de la Historia. De nuevo, el capitalismo en su versión más exacerbadamente neoliberal quiere instalar su pretensión de absoluto.

5.- El empresario como modelo político. El credo neoliberal establece que el éxito en el mundo de los negocios es trasladable a la política. La analogía sitúa a un país al nivel de una empresa. Si un empresario ha demostrado ser eficiente en la gestión de su empresa, también lo será en la dirección de un país. Mauricio Macri y Donald Trump son los más recientes ejemplos de una hipótesis cuya validez ha sido empíricamente refutada una y otra vez. Sin embargo, periódicamente reaparece -como en este momento de restauración conservadora que está viviendo Latinoamérica- lo que demuestra la enorme capacidad de creación de marcos de sentido del capitalismo neoliberal.

Ecuador se suma a esta corriente con Guillermo Lasso. Este banquero ha sostenido durante toda la campaña un discurso basado en su supuesta eficiencia al frente de sus negocios y en su aparente capacidad para generar riqueza y empleo. Cynthia Viteri, la segunda candidata

más votada en el espectro de la derecha, también incorporó conceptos del mundo empresarial a su campaña.

6.- Todos contra uno. En la campaña ecuatoriana todos los ataques estaban dirigidos contra Alianza PAIS. Daba igual el signo político de los contendientes. Tanto desde la izquierda como de la derecha, el blanco de la ofensiva era la candidatura de Lenín Moreno. Casi no se registraron ataques entre ellos. Resultaba paradójico ver cómo los candidatos de la autodenominada izquierda real o izquierda crítica dirigían sus dardos contra Moreno mientras permanecían absolutamente impasibles ante las propuestas abiertamente neoliberales de Guillermo Lasso o Cynthia Viteri.

Esto da una idea de la posición hegemónica alcanzada por Alianza PAIS. Todos se coaligan, de forma más o menos explícita, para derrotar al proyecto oficialista que es, sin duda, el pilar en torno al cual orbita la política ecuatoriana desde hace una década.

7.- El poder territorial de la militancia popular. Frente al poderío mediático de la derecha, los movimientos progresistas pueden oponer un sólido anclaje en el territorio y una militancia activa que da lo mejor de sí misma en las campañas electorales. Esta militancia no sustituye a la enorme eficacia de los medios de comunicación, pero sí supone un valioso elemento que hay que aprovechar en toda su potencialidad.

La organización y capacitación en términos de campaña electoral de este músculo territorial debe ser permanente. La meta es que estos colectivos puedan desarrollar una campaña por sí mismos, de forma complementaria a las campañas oficiales, volcando en ellas toda su creatividad.

8.- Las redes sociales cada vez influyen más, si bien es cierto que aún no deciden elecciones, o al menos no en la misma medida en la que lo hacen la todopoderosa televisión y la radio. Pero no cabe duda de que son un espacio electoral creciente y, sobre todo, en disputa. Aquella opción política que mejor sepa comprender los nuevos modos comunicacionales que suponen las redes -horizontalidad, reciprocidad, participación- estará en mejores condiciones de posicionarse en ellas.

Las elecciones ecuatorianas han dejado ejemplos interesantes sobre la utilización de las redes (y también muchos contraejemplos de comunicación convencional invadiendo estos nuevos formatos, dilapidando de esta forma todo su potencial). También se han registrado interesantes experiencias en cuanto a aplicaciones para dispositivos de telefonía móvil, que han mostrado cómo las nuevas tecnologías pueden estar al servicio de la profundización democrática.

9.- Comienzan las verdaderas batallas electorales. Las elecciones en Ecuador ratifican lo que ya se apuntaba tras la victoria de Mauricio Macri en Argentina o la derrota del chavismo en las elecciones legislativas de 2015. Se abre un ciclo en el que los procesos de emancipación tendrán que afrontar encarnizadas disputas electorales. En los años previos, la combinación de liderazgos carismáticos, políticas exitosas y bonanzas económicas, convirtió a los comicios en paseos triunfales. Se ganaban elecciones por 20 y hasta 30 puntos de diferencia.

Esa época parece haber pasado. Ya las victorias se dirimen por unos pocos puntos, como se vio en Argentina y ahora en Ecuador. Esto obliga a afrontar cada cita electoral con el máximo rigor posible, considerándolas un objetivo prioritario y empleando métodos profesionales en su diseño.

www.celag.org

---

https://www.lahaine.org/mundo.php/de-ecuador-para-america-latina