

Por qué ganó la derecha

Por: PEDRO IBARRA. 05/06/2021

¿Por qué cada vez hay más votos para la derecha? Léase el caso Madrid, pero la pandemia se extiende. Primero habría que preguntarse por qué más ciudadanía de las clases populares en el sentido extenso del término –desde clases medias bajas hasta parados– están votando a la derecha.

Para empezar hay que recordar cuál era la razón que antes llevaba a estas clases a votar a la izquierda. Básicamente, porque tenía asumida una ideología que proponía soluciones colectivas para lograr su bienestar personal. Se suponía que partidos y candidatos de izquierda, con sus políticas en favor del incremento de la igualdad, de la justicia social, de la extensión de los servicios públicos, etc., lograban ese bienestar colectivo. Ciertamente había distintas intensidades ideológicas. En algunos –quizás en muchos– casos, en la opción al voto tenía carácter dominante la convicción y voluntad de lograr el bienestar colectivo de los otros. En otros casos, se prestaba más interés en el hecho de que ese bienestar colectivo también beneficiaba a los intereses particulares del votante.

En cualquier caso, se votaba con la común convicción de que la ejecución de los programas y los proyectos de la izquierda harían posible –¡segura!– la puesta en marcha de una transformación social que lograría una sociedad más justa, más libre, más igual para todos y todas. Con más bienestar para toda la comunidad

El escenario actual ha cambiado. De forma galopante ha crecido –está creciendo– la crisis, por no decir la desaparición, de la cultura social asentada en ideologías transformadoras. El otorgamiento de sentido como opción de asumir, justificar, apoyar –a vivir– un proyecto individual y colectivo transformador hacia el futuro, ha dado paso a la cotidianidad del sinsentido. Donde lo único que mueve es competir en la búsqueda de la inmediata supervivencia.

Esta crisis de sentido y también ideológica, produce un vacío cultural político. Para muchos y crecientes sectores de población, y ahora nos referimos a las clases bajas y medias/bajas en general y grupos /sectores sociales en particular que ya están fuera -arrojados del sistema- (jóvenes, mujeres, precarios, parados, emigrantes etc.

) Lo político es un referente sin contenido. Lo que les lleva a considerar una pérdida de tiempo la relación de presentar, vía voto, propuestas ligadas a intereses individuales y colectivos a los candidatos políticos para que éstos luego tomen decisiones a su favor. Conclusión situada mucho más allá de una reflexión crítica; es simplemente saber, constatar como un hecho más, que nada tiene que ver lo que les pidan a los políticos con lo que los políticos vayan a hacer o no hacer .

De alguna forma, el vacío -la desaparición- de una relación mínimamente operativa entre el ciudadano y el político refuerza la marginación en ese ciudadano del deseo y la práctica de construir un sentido, ¡el que sea!, y así proponer proyectos vitales individuales o colectivos. El vacío real entre individuo y poder político genera el vacío, el no razonamiento, en la elaboración de la estrategia política individual.

Por tanto, lo que se produce no es ni siquiera ya una desafección democrática, sino un vaciado democrático. Recordar que la democracia es una relación con contenidos. Hay democracia cuando hay presencia de concretas propuestas políticas provenientes de los ciudadanos en las instancias políticas decisorias y en sus correspondientes decisiones. Cuando lo que existe es una indiferencia respecto a los contenidos de esa decisión de las instituciones y, por tanto, no se transmiten propuestas políticas desde el ciudadano al político, la democracia está vacía.

El vacío opera en tres momentos de la relación política: 1) Ausencia de proyecto político por parte del votante; 2) Ausencia de contenidos políticos de los mensajes que a través del voto o cualquier otra vía envía el votante al político; y 3) Ausencia, o creencia de ausencia por parte del votante, de objetivos y de estrategia política en el candidato, el político, a la hora de establecer las decisiones.

Así, en consecuencia, la opción por el voto opera desde el vacío. Es una respuesta a una consigna, un mensaje, una frase contundente. El emisor de la consigna, el/la candidato correspondiente, no tiene razón alguna para argumentar su mensaje, su promesa, etc. No por la clásica afirmación de *me sobran argumentos para perder el tiempo diciéndolo* sino porque de hecho, en el escenario descrito, el razonamiento político, la argumentación política ha desaparecido –ya no existe– en las tres instancias: en el votante, en el candidato y en la relación entre ambos

Resulta especialmente relevante el grado de desconexión del votante con los objetivos y estrategia política de los candidatos. Se suele interpretar que como el/la votante entiende que las cosas le van mal (vivienda, trabajo, etc.) por culpa del

candidato que hasta ese momento estaba en el poder, vota al candidato nuevo, al candidato de la oposición. Pero la desconexión es de tal envergadura que se percibe al candidato que actualmente ejerce el poder como alguien sin ninguna estrategia definida y establecida, lo que le otorga una cierta irresponsabilidad de lo que está ocurriendo. Lo que ha ocurrido no tiene ver con lo que según su ideario debe hacerse. Porque ese su ideario no existe; no hay objetivos definidos. Y si los hay no aparecen en la visión que tiene el votante respecto a él. Por tanto, es creíble para el/la votante que su consigna y promesa, sin más explicaciones, es que va a vivir mejor. Lo único que le hace ser creíble es que es cómo la misma es presentada y exaltada. Cómo la misma genera emociones e ilusiones que promueven la votación a favor.

En un escenario así, lo que determina por tanto el resultado de la votación, es una adecuada y por supuesto manipulada comunicación en donde la argumentación cede el paso a la mentira. Sin más. Una mentira que, por otro lado, consiga emocionar al votante. Una emoción operando sobre y con la mentira. El discurso implícito y explícito consiste en que tus problemas serán solucionados (lo cual es una mentira), y la prueba de ello es que vas a sentir una maravillosa emoción a la hora de escuchar mi consigna. Esa emoción es la que otorga, como una especie de manto de veracidad, la creencia de que tus problemas serán solucionados. Esa emoción que surge de alguien – tu simpático y decente candidato- que te emociona; de una emoción. Como el amor a la patria o a tu barrio, inserta en mensaje. Como la consigna que incrementa el odio -¡gran emoción! – al malvado contrincante del candidato, otorga a su vez más emoción en la defensa del candidato elegido.

Así, el voto que busca resolver una cierta preocupación o interés individual se deposita en el candidato realmente culpable de ese malestar. El asunto funciona porque la mentira – yo soy el que quiero y puedo resolver tu problema -no puede ser desvelada y rechazada. Es una afirmación vacía desconectada de argumentos, realidades, antecedentes que harían posible desmontar la consigna. Lo único que conduce a la credibilidad son las emociones que puede crear al votante. Éstas operan como una especie de manto protector, *asegurador*, y al mismo tiempo marginador, del desconcierto del votante. Dan sentido, dan salida, a votar al político desde el... vacío político.

Sin duda, la estrategia emocional también funciona aisladamente. Cuando el *voto emocional* sólo busca dar pie a una emoción como las citadas, o como otras tan sencillas como la diversión de votar a un candidato divertido. A diferencia del

supuesto anterior aquí ni siquiera hay un intento de manipular en -y con- el mensaje una determinada preocupación particular, un interés, del votante.

Ahora el voto a la derecha... desde la derecha. En la clases altas y medias, las consecuencias de la crisis ideológica, del escenario del vaciado político, no son tan evidentes. Para la derecha es tarea sencilla mantener no una ideología, pero sí una ciertas ideas muy simples de cómo deben funcionar las cosas. Los votantes de derechas siempre han tenido las mismas convicciones de qué es lo que debían hacer e iban a hacer los políticos de derechas. Siempre han estado convencidos de que lo que tenían que hacer era mantenerles (y aumentar) sus intereses, patrimonios, privilegios, diferencias sociales, seguridades, etc. Y como sabían que eso es lo que iba a hacer la derecha, que iba a mantener -a conservar- su situación, siempre han votado a la derecha. Para siempre.

Por tanto, en el caso de las clases altas y medias a la hora de votar a *su* derecha, no está clara la relación del vaciado democrático con el voto emotivo. De alguna forma, sí existe una relación entre proyectos individuales, demanda de ejecución de los mismos a través del voto y contestación positiva del político a la demanda.

La interpretación populista afirma la progresiva desaparición de los *votantes analíticos* y nos dice que el voto político se ha acabado para todas las clases; baja, media, alta etc, El voto ahora solo se orienta por la emoción. El candidato emociona al votante con sus consignas vacías (si se llenan no tienen capacidad de emocionar). Reiterando ejemplos anteriores, generan en el votante un explosivo afecto, o/y entusiasta devoción por el líder, o/y amor a la Patria exaltada y defendida por el candidato; o/y simpatía en cuanto le divierten las majaderías que dice. Y generan odio para el que se opone a su querido líder. La emoción de poder ser libre no se sabe para qué; ni hace falta que se sepa, dado que es el vaciado de la consigna el que produce la emoción movilizadora. La emoción de odiar al Malvado oponente que tampoco se sabe muy bien por qué es malvado, por qué las consignas no exigen descripciones. Y así sucesivamente. En el caso de las supuestamente graciosas consignas majaderas del candidato, sí sorprende que generen la emoción de la alegría. Pero por lo que parece también en este caso funciona la agitación emotiva.

Sin embargo, en el caso de las clase altas o medias hay que poner en su sitio - limitar- esta interpretación populista sobre la emoción como *LA* causa del voto. Muchos votantes de derecha y extrema derecha, más allá de que los tremendos y

delirantes mensajes del/la candidata les produzcan una cierta emoción, en última instancia le han votado porque la política que va a llevar a cabo ese candidato/a... les interesa. En concreto, las clases altas en Madrid votan a la derecha y también, por supuesto, a la ultraderecha por una eterna y obvia razón. Porque esos partidos van a mantener intactos sus bienes y rentas económicas. Los partidos de derecha reducen los impuestos a las clases altas y establecen todo tipo de no-políticas públicas, aunque las mismas perjudiquen a las clases inferiores, para que aquellas clases alcancen el máximo de propiedades, privilegios y rentas. Un gran número de ciudadanos y ciudadanas votan a la derecha y a sus ultras porque tienen un proyecto económico que va a ser defendido por sus elegidos. Su emotividad es marginal. Si dicen que les han votado solo por que les conmueve el candidato... mienten. Sin más.

Parecería que cuando desciende el nivel social crece el voto emotivo. Pero también en las clases medias tiene fuerza y presencia la argumentación del voto contra la izquierda porque – entienden- ello les puede suponer una pérdida, una reducción de sus intereses económicos y también de sus ciertas posiciones superiores en la jerarquía social. Por tanto, votan contra políticas de izquierda que favorezcan el trabajo de los inmigrantes o, en última instancia, que no reconozcan su cierta superioridad respecto a sectores que tradicionalmente han sido diferentes e... inferiores. Además entienden que su seguridad está más garantizada por la derecha. También en estas clases medias hay una cierta cultura -no ideología- tradicional, conservadora, aún autoritaria, que es activada por ciertos emocionantes mensajes políticos: exaltación de la Patria, veneración del *orden*, etc. Refuerzan la opción por su escenario político y social a defender. Pero no lo sustituyen.

En consecuencia, en el voto del ciudadano a las derechas, las emociones pueden impulsar, animar, reforzar (y eventualmente sustituir) la decisiones políticas previas. Decisiones tomadas porque entienden que la derecha respetará y hará crecer sus intocables intereses. Sin embargo, la emoción impulsa... pero no construye la decisión.

Por supuesto, en estas relaciones entre por un lado pasión/ emoción y por otro razón/intereses, hay grupos sociales que no encajan exactamente en este esquema. Pensemos en sectores intelectuales que han hecho el viaje de la izquierda a la derecha. Resulta muy difícil pensar que la razón de ese traslado se debe a un razonamiento intelectual que les lleva a creer que la derecha ejerza el poder esmejor para establecer determinados valores universales.

La causa podría ser el resentimiento. Entienden que han sido insuficientemente considerados por líderes y colegas de la izquierda y, por tanto, buscan cobijo en la derecha. Aunque, tampoco parecería que eso les debería llevar a votar, sin más, a la derecha a no ser que exista una conversión ideológica en la que estos intelectuales –líderes, por otro lado, de la opinión pública- hayan llegado a la conclusión, tras largas y rigurosas reflexiones, de que la estrategia política de la derecha va a conseguir un mundo más justo, más igual, más libre que el propugnado por la izquierda. Lo cual también plantea algunas dudas porque, por otro lado, la estrategia de la derecha nunca ha pretendido construir un mundo con estas características. Al final, también podría ocurrir que en el fondo les importa un bledo que exista un mundo más solidario, más igual, más libre, más justo y que por eso votan a la derecha. Porque, en última instancia, lo que les importa es que les bajen los impuestos y que haya más seguridad en la calle. Por eso votan a la derecha.

En síntesis y desde la perspectiva de izquierdas, la situación es grave. El voto a la derecha se está expandiendo desde una ausencia, indiferencia, un vaciado político muy difícil de rellenar. No es cuestión ahora de ver cuál ha sido el proceso de esta desertización, pero las causas de lo ocurrido marcan ya la dificultad de reconstruir el escenario. En última instancia, de recuperar y extender una cultura de la solidaridad, de lo común.

22/5/2021

Pedro Ibarra es catedrático de Ciencia Política emérito y miembro del Consejo Asesor de **viento sur**

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Viento sur

Fecha de creación

2021/06/05