



¿Qué determina la popularidad presidencial?

Variables esquizofrénicas

Luis Vicente León*

Analizar la conexión del presidente Chávez con las masas es uno de los trabajos más peligrosos que le ha tocado hacer al autor de esta nota. Sin embargo, aquí lo hace de nuevo, echando mano de los estudios que realiza la empresa encuestadora con la cual trabaja

No me refiero sólo al análisis en un entorno gubernamental hostil, que lo es, sino también a las reacciones encendidas que provoca en la oposición la data cuando favorece a Chávez, incluso en momentos en que la lógica apuntaría hacia lo contrario.

La popularidad es una función de muchas variables con impactos negativos y positivos que se suman algebraicamente para construir un efecto neto. Cuando la conexión del líder baja, indica que el impacto de las variables negativas sobre la popularidad fue superior al impacto que lograron las positivas. Al contrario, un líder es exitoso políticamente cuando logra una estrategia en la que las variables positivas le permiten compensar el costo de aquellas con coeficiente negativo. El tema se complica cuando entendemos que una misma variable puede tener, al mismo tiempo, impactos negativos y positivos sobre la popularidad.

Un ejemplo de esto lo encontramos en la devaluación. Por un lado, devaluar tiene un impacto negativo sobre la popularidad. No porque la población comprenda técnicamente la dinámica económica de ese evento. Aquí la cosa es mucho

más simple. Para una persona no formada económicamente, el impacto de la devaluación es un asunto de conducta aprendida. A más de 28 años del famoso viernes negro, y habiendo vivido múltiples episodios devaluacionistas en este período, la población recuerda lo que ha venido inmediatamente después: incremento en los precios, disminución de la oferta, contracción económica y caída del poder adquisitivo. ¿Cómo ocurre todo eso? No importa, ocurre y la percepción de la gente es que la medida es negativa y afecta su vida.

Déjenme aclarar que no toda esa imagen negativa sobre la devaluación es justa. Esa medida puede ser indispensable para corregir distorsiones ocasionadas por una mala política previa, cuyas consecuencias iba a pagar la sociedad tarde o temprano y que sólo se resuelven sincerando el mercado con una devaluación, aunque la medida tenga costos de corto plazo, nunca atribuibles a ella sino a lo que pretende corregir. Pero la población no tiene por qué entender esa dinámica, lo que ve es que cuando devalúan pierde calidad de vida. Eso es evidentemente malo para la popularidad del líder que la aplica, independientemente de las argumentaciones que construya para limpiarse. En efecto, en diciembre, 82% de la población estaba en contra de la devaluación antes de su aplicación. Pero...

El impacto de esa medida tiene otra cara. La devaluación genera al Gobierno una gran cantidad de bolívares adicionales, disponibles para gastar. Aunque esto pueda tener efectos inflacionarios en el mediano plazo, la realidad de corto plazo, justo en el medio de una campaña, es que las arcas estarán llenas para disparar dinero a la calle, lo cual mezclado con el carisma del líder y el control que ejerce sobre los medios de comunicación, le ayudará a compensar, parcial o totalmente, los efectos negativos que esa misma devaluación acarrea.

Otra variable *esquizofrénica* podría ser la crisis eléctrica. Su impacto directo es obviamente negativo. La pregunta es ¿qué pasaría si volcada la oposición a destacar el problema eléctrico, deja de lado, como dejó, el problema que se estaba viviendo y se dedica a construir un hipotético colapso futuro que llevaría al país al *black-out*? ¿Quién ganaría esa batalla si el país logra surfear la crisis sin colapsar y el Presidente es capaz de llegar a septiembre con un discurso encendido: “la naturaleza se opuso, luchamos contra ella e hicimos que nos obedeciera”? ¿Qué pasa si en vez de molestarse porque sólo hay dos ascensores en el edificio (comparado con los cuatro del pasado) se alegran porque hay al menos dos ascensores en el edificio (comparado con ninguno que le dijeron que le habría)?

Como ven, el tema del impacto de las variables sobre la popularidad no es tan claro y eso es precisamente lo que hace difícil la interpretación del fenómeno que estamos viviendo en este momento.

VAYAMOS AL PUNTO

La popularidad de Chávez a lo largo de estos once años ha presentado tres macro tendencias diferentes. La primera, negativa, arranca en 1998 cuando ganó las elecciones con 56% de los votos y llega hasta marzo del 2003, cuando toca su peor nivel histórico de conexión popular en 30%. Ese período estuvo caracterizado por una oferta ideológica, que rebotó sobre una población que esperaba soluciones concretas a sus problemas cotidianos sin obtener nada más que discursos y promesas de un futuro que cada vez era más incierto. Es esa salida de su zona de confort la que lleva a Chávez a probar con el lanzamiento de una estrategia de conexión utilitaria, cuyo pivote fueron las misiones. El resultado fue exitoso y lo coloca en la segunda macro tendencia, en este caso positiva, que le permite terminar el 2007 con 75% de aprobación, luego de haber triunfado en el referéndum y la presidencial.

El tercer período, de tendencia negativa, comienza con la amenaza y cierre de *RCTV* que es rechazado mayoritariamente por las masas, no por defender la libertad de expresión sino la libertad de elegir su entretenimiento. No estaban defendiendo el noticiero ni “La Entrevista”. Defendían la novela, “Quien quiere ser Millonario” y la “Radio Rochela”. Ese evento abrió una nueva etapa en la relación Chávez-masa. Ahora sabían que su líder, aunque lo quisieran, hacía cosas que no les gustaba y debían exigirle información sobre lo que pretendía de ellos. Esto lo llevó a perder la reforma del 2007, a pesar de seguir siendo popular.

Muchas otras variables contribuyeron luego a consolidar esa tendencia negativa: el desgaste



en el poder, la incapacidad del Gobierno y más recientemente los embates de la crisis económica. La percepción sobre la situación del país se deterioró en medio de una fuerte inflación que originó una caída de más de 6% en el consumo privado en el último trimestre de 2009 y primero de 2010, la devaluación y la crisis eléctrica se metió en la casa de la población. Con todo esto, la popularidad de Chávez llegó en febrero de este año al 42,7%, lo que representaba una pérdida de más de 30 puntos con respecto al tope de 2006, mientras la percepción de crisis remontaba hasta 69%.

¿Significa que Chávez está perdido? No, al menos por ahora.

Pese a que la tendencia de este tercer periodo es negativa, esto no significa que haya sido lineal hacia abajo. Se han sucedido valles y picos en esa curva. Es cierto que los picos nuevos no logran la altura del previo, lo que explica la tendencia negativa, pero hasta ahora los incrementos puntuales han sucedido en procesos electorales. Esto indica que el Presidente ha logrado compensar parte de los efectos negativos con variables que se activan en la campaña electoral que están usualmente basadas en su elevación de perfil público, el uso efectivo de mensajes, la activación de su maquinaria partidista, mediática y gubernamental, la explotación de su carisma, el aumento del gasto público, la moderación de su discurso para captar independientes y la debilidad institucional, programática y de liderazgo de sus adversarios.

Antes de las más recientes mediciones ya esperábamos que Chávez subiera, producto de esta campaña y así ocurrió. Su conexión aumentó a 44% en abril y 48% en mayo. Sin embargo, no deja de llamar la atención que este incremento ocurra en un entorno distinto a las campañas pasadas, en el medio de una situación económica negativa, sin que el gasto público se haya expandido y con Chávez radicalizado. Mientras sus ataques a la empresa privada son rechazados por más de 80% de la población, 62% dice que las empresas de alimentos expropiadas producen hoy menos que antes y el ataque y hostigamiento a Empresas Polar es percibido como un error que empeorará la calidad de vida. Y entonces, ¿Cómo sube?

LO QUE VIENE

De nuevo, debemos apelar al concepto multifactorial de la popularidad. El hecho de que aumente no indica que la población apruebe todo lo que está haciendo. Chávez se ha visto obligado a construir historias fabuladas alrededor de sus acciones radicales. Su objetivo es crear chivos expiatorios para liberarse de los costos políticos. Fomentar el encarcelamiento de empresarios a quienes responsabiliza de la devaluación (insó-

lita interpretación del impacto generado por su estrategia primitiva de control de cambio y restricción de divisas al sector productivo) y expropiar y amenazar empresas para responsabilizarlas de la inflación y el desabastecimiento (Cosas evidentemente relacionadas al congelamiento de precios, el desestímulo a las inversiones privadas, las expropiaciones ineficientes y la contracción de importaciones) son sólo algunas de sus estrategias. No podemos decir que sea una política decente, pero sí eficiente políticamente en el corto plazo para maquillar los efectos negativos de la radicalización.

¿Puede esto cambiar antes de la elección? En política todo puede pasar, pero Chávez arranca favorito, no necesariamente por el número de votos sino en el número de diputados, donde tiene estímulos de distribución espacial de su apoyo, al ubicarse los votantes chavistas preferentemente en zonas del interior del país, de donde no vienen muchos votos pero sí muchos diputados. Es previsible que Chávez mantenga su ataque a personas y empresas específicas para seguir presentando trofeos y creando su bóveda de miedo avanzando así en el control del país, y seguramente condimentará esto con un aumento del gasto público que intentará crear una oxigenación momentánea de la economía. Es posible que esto le funcione a corto plazo, pero el futuro esta cantado. La crisis económica tenderá a agudizarse. La cantera de culpables se agotará. El avance en la toma de empresas y sectores le hará el monopolista de la responsabilidad de los problemas del país y, a menos que se activen otras variables que no son fáciles de predecir, el futuro será todo menos un camino fácil para que Chávez sea reelecto cómodamente en el 2012. Él mismo está construyendo su bloqueador al intentar consolidar un modelo económico que ha demostrado muchas veces no funcionar y que terminará por afectar la vida de los venezolanos, cosa que tarde o temprano le cobrarán. Aunque esto poco dice sobre las posibilidades de que Chávez se quede en el poder. Eso es harina de otro costal... y recientemente el Gobierno se ha especializado en expropiar hasta la harina.

* Director de Datanálisis.