

La hora del pueblo

• La campaña electoral no influye demasiado en el ánimo de los electores para inclinar su voto

JULIAN LEAL / BADAJOZ

Durante la precampaña y en los 15 días de campaña electoral los políticos han tratado de convencer a los votantes de que sus ofertas eran más interesantes y atractivas que las de sus adversarios. Las líneas de gobierno y proyectos que unos y otros han expuesto en los mítines, intervenciones públicas, debates y entrevistas en los medios de comunicación no difieren mucho entre sí, aunque, como si de una subasta se tratase, han pujado por superar en cantidad al contrario. En cuotas diferentes, todos han prometido más y mejor calidad de vida, viviendas, empleo, seguridad y prosperidad para los próximos cuatro años. Ellos, los candidatos, han hablado, ahora es el pueblo, con su voto, quien tiene la última palabra y dentro de unas cuantas horas se escuchará alta, clara e inapelable.

Ante las opiniones manifestadas por diferentes ciudadanos, no parece que la campaña electoral haya influido lo más mínimo sobre las intenciones de voto. La propaganda, si acaso, no ha hecho más que reafirmar convicciones o decisiones ya tomadas con anterioridad. ¿Merece la pena tanto esfuerzo y tanto gasto si, como parece, el ciudadano tiene escogida de antemano su papeleta?

Unos tienen muy claro "a quién no voy a votar", lo que le resuelve parte de sus incertidumbres, y otros tienen ya la ecuación resuelta desde meses atrás. Los hay fidelísimos que apuestan a número fijo "y gane o pierda siempre votaré al mismo". Son diferentes planteamientos que obedecen a una reflexión propia, con independencia de lo que han leído u oído en los últimos días.

Este comportamiento no es raro ni exclusivo de los ciudadanos pacenses, sino que es una pauta común y generalizada en todos los países con usos democráticos que ha sido muy estudiada por los sociólogos. Los resultados de unas elecciones se producen "a pesar" de la propaganda y de los medios de comunicación como transmisores de los mensajes políticos.

Como ya demostraron Kurt y



Los ciudadanos, por lo general, tienen decidido su voto desde hace tiempo sin que su intención haya sido modificada por la campaña electoral. / Foto ARCHIVO

Gladys Engel, la victoria de Eisenhower frente a Truman en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 1952, se percibía claramente desde antes de la campaña electoral que consistió, —señalaron— "en griterío y algarabía". O sea, más o menos como la que aquí se ha desarrollado.

PUEBLO LISTO, PUEBLO TONTO

A pesar de todo, los estrategas de los partidos políticos, siguen convencidos de que una campaña electoral es determinante en los resultados y en esa idea, hacen un derroche de imaginación, esfuerzo y dinero para montar un colosal aparato propagandístico con el que atraer al electorado.

Esos mismos estrategas depositan una confianza excesiva en los medios de comunicación, atribuyéndoles un poder que sólo es relativo y, en todo caso, la opinión que éstos pueden generar respecto a los partidos políticos y sus candidatos, ha ido conformándose a lo largo del tiempo.

Pretender que los ciudadanos

modifiquen en unos días convicciones arraigadas mediante una campaña electoral y el eco que transmiten los "mass-media", no parece tan sencillo como creen los políticos según demuestran las investigaciones. La esperanza que aquellos depositan en los efectos de la propaganda descubre, por otra parte, la falsedad de sus propios discursos cuando afirman que el pueblo es sabio y no se deja manipular.

"En consecuencia", sostienen Kurt y Gladys Engel, "el periodo electoral sirve menos como fuerza para el cambio [de opinión] que como periodo de reclarificación", y en referencia al impacto de los medios de comunicación concluyen que el voto se "cristaliza y refuerza, más que convierte".

Por los comentarios recogidos entre varios ciudadanos de Badajoz en la mañana de ayer, la tesis de los sociólogos norteamericanos se confirma plenamente. Todos ellos afirmaron haber seguido muy poco la campaña electoral y nada de lo leído o escuchado había alterado sus intenciones de voto.

En la "jornada de reflexión" los consultados tenían resueltas todas sus dudas, haciéndose obvia la afirmación de que "las mentes de los ciudadanos están cerradas antes incluso de abrirse oficialmente la campaña". En varios estudios y en diferentes épocas la cifra de votantes con su voto confirmado oscila entre el 50% y el 84%.

En el sondeo realizado sólo dos personas, mujeres por cierto, se encontraban en un dilema que resolverían en el acto de depositar la papeleta: les gustaban las personas que iban en una candidatura, pero no el partido por el que concurren y, a la inversa, su opción política llevaba personas que nos les atraían.

BLANCO DE PROPAGANDA

Pero aun si el votante no tiene clarificado su voto, la opción que elegirá filamente la tiene en cierta medida perfilada. Las teorías sociológicas manejadas responden a este respecto que en la mayoría de los casos en que la decisión final llega tarde, son los conocimientos previos a la campaña los que cristalizan en firme una decisión.

Como se suele decir, "la gente no es tonta" y sabe perfectamente que, en estos días, ha sido el blanco de una propaganda deliberada por parte de los partidos políticos. Esperando intentos de persuasión, los votantes saben esquivar los significados estereotipados que le lanzan por todas partes y no hacen mella las opiniones que son contrarias a las suyas propias.

Los gestores electorales tienen en cuenta estas actitudes y sobre ella establecen los límites de la conversión potencial de su propaganda. Si bien el objetivo consiste en activar lealtades de partido y persuadir al grupo de los no decididos, sus discursos y sus "shows" no deben provocar el rechazo de lo que están dispuestos a situarse en su bando.

Otra cosa es que lo consigan, pues como afirman los sociólogos citados, "la saga política está repleta de los terribles espectros de los candidatos que perdieron elecciones a causa de unas palabras determinadas".

El acto supremo

J.L. □ En una democracia, votar constituye el acto supremo y su ejercicio en libertad es la expresión de plena ciudadanía sobre la que descansa el poder. El voto depositado en la urna es algo más que una acción esencial y discreta: es, al fin y al cabo, una medida sumaria de la que se desprenderá un premio o un castigo. Votar a favor de una opción es hacerlo, aunque no se pretenda, en contra de las demás. En un sistema de listas cerradas y bloqueadas como el que rige en estas elecciones, no hay otra salida.

En la coyuntura actual las votaciones de hoy han cobrado una extraordinaria trascendencia, pues además de servir para formar nuevos gobiernos municipales y renovar la cámara regional, permitirán despejar muchas incógnitas y clarificar las especulaciones sobre las que gira un tenso e intenso debate nacional.

No han sido los ciudadanos, sino los políticos, los que han hecho de estas elecciones casi unas primarias. Se trataba —se trata— de elegir alcaldes y miembros de las corporaciones locales y autonómica, pero los partidos en liza han introducido argumentos que nada tienen que ver con la política de los Ayuntamientos y el gobierno regional.

Sin lugar a dudas, todos los factores que se han puesto en juego han sido sopesados por los electores y todos ellos determinarán el voto que hoy depositarán en las urnas. Con ese simple acto se cierra un proceso complejo de debate personal en el que han intervenido influencias de actividades en las que han participado directamente y de experiencias ajenas que tienen relación con la política.

¿Cuáles son las claves de la decisión última? Es difícil descubrirlas y mucho más explicarlas mientras no exista un método para comprobar que influencias entran en juego en los llamados periodos de "calma", esos en que los gobernantes se ensimisman en su poder.

Nuevo horario

Desde el 29 de mayo
(de lunes a viernes)

de 8,30 a 13,30 h.

Nuestras Oficinas Comerciales tienen un nuevo horario.

Los servicios de atención de incidencias seguirán estando a su disposición de forma ininterrumpida, durante las 24 horas de cada día.

Le recordamos que a través del Teléfono del Cliente podrá realizar, cómodamente y a cualquier hora, todo tipo de gestiones y consultas, sin necesidad de desplazarse a nuestras oficinas.

Teléfono del Cliente: 901 20 20 20
927 21 00 00

Llámenos.



IBERDROLA

La luz de cada día

CENTRO DE ESTANCIAS DIURNAS



CRUZ ROJA ESPAÑOLA en EXTREMADURA
INSERSO DE BADAJOZ
HOGAR DE LA TERCERA EDAD DE SAN ANDRÉS

"Servicio de Atención al Anciano y de Ayuda a la Familia"

Cuidados médicos y de enfermería - Tratamiento rehabilitador
- Actividades ocupacionales y de entretenimiento - Servicio de comedor - Traslado en vehículos adaptados

Todos los días de la semana, de 10 a 18 horas

Un nuevo servicio de Cruz Roja Española e INSERSO en Badajoz destinado a preservar y promover la integración familiar y social de los ancianos que necesitan de una atención especial, durante ciertas horas del día, para evitar la soledad e inter-namientos innecesarios

Información

CRUZ ROJA
24.02.00 - Ext. 232

INSERSO
25.57.13 - Ext. 15

Financiado por

DE INTERES SOCIAL
Ministerio de Asuntos Sociales