

# POLÍTICA

JOSÉ A. GÓMEZ YÁÑEZ

ANÁLISIS

Desde 2008 la sociedad española vive una convulsión. Algunos datos son elocuentes: el consumo minorista, o sea, todo menos la vivienda y los automóviles, está en el 92% respecto de 2010; las ventas de automóviles, el primer sector que se recupera, en el 90% de 2008; el precio de la vivienda libre en 1.500 €/m<sup>2</sup>, mientras en 2008 estaba en 2.300 €/m<sup>2</sup>; los ingresos medios por hogar eran en 2015 de 27.470 €, cuando en 2008 estaban en 31.711 €. Durante seis años seguidos los ingresos por hogar descendieron. La caída no ha sido uniforme: los salarios más elevados han resistido la crisis, pero los del personal eventual y de media o baja cualificación han descendido. El conocido informe del BBVA habla de que tres millones de personas han bajado de la clase media a la baja. Omitiendo los datos más sangrantes (paro, desahucios, etc.), el ascensor social ha dejado de funcionar, muchas personas han caído por las escaleras.

La percepción de la realidad perturba más que los datos. Amplias capas sociales tienen la idea de que todo lo tangible, en lo que se apoyaba la vida, se evapora: las cualificaciones profesionales caducan, el empleo estable desaparece, los pequeños negocios ya no dan seguridad e ingresos para toda la vida, el valor de la pequeña propiedad inmobiliaria se volatiliza, la seguridad de que la siguiente generación vivirá mejor que las actuales se esfuma, la globalización se ve como una amenaza incontrolable en forma de inmigrantes, productos más baratos imposibles de producir en España o en Europa, etc. En clave política, esta percepción de evaporación alcanza a sectores sociales muy distintos que se alineaban en la derecha (los autónomos) o en la izquierda (los obreros cualificados y las nuevas clases medias).

## Los límites de la política

Tras estallar la crisis, la política encontró sus límites. En España su credibilidad estaba minada por la sucesión de casos de corrupción. La gestión de la crisis por la UE, dando la impresión de querer salvar "el sistema" en vez de "a los ciudadanos", rompió los lazos con la política de amplios sectores sociales. Básicamente dos: la "generación bloqueada", menores de 35 años que no podían acceder al trabajo, y la "generación perdedora", personas mayores de 45 años que perdieron su empleo y no volverán a encontrarlo o tendrán que resignarse a empleos mal retribuidos y a que sus pensiones se vean mermadas al bajar sus bases de cotización (la preocupación por las pensiones no está en los pensionistas, sino en estos futuros pensionistas).

Este cambio produjo conflictividad intermitente y ruidosa. Pero las mareas (blanca, verde, los mineros, etc.) no consiguieron confluir. Cada sector se ocupaba de lo suyo, no conectaron en una alternativa al sistema. Ha sido algo común en toda Europa. Quizá paradójicamente para los críticos de la democracia burguesa, la insurrección democrática (votar a partidos antisistema) ha sido lo más eficaz para que estos sectores sociales apreciaran en el escenario. En toda Europa se han hecho populares Le Pen, Grillo, Farage, Petry, Iglesias, Tsipras..., unidos por su buen manejo de los medios audiovisuales.

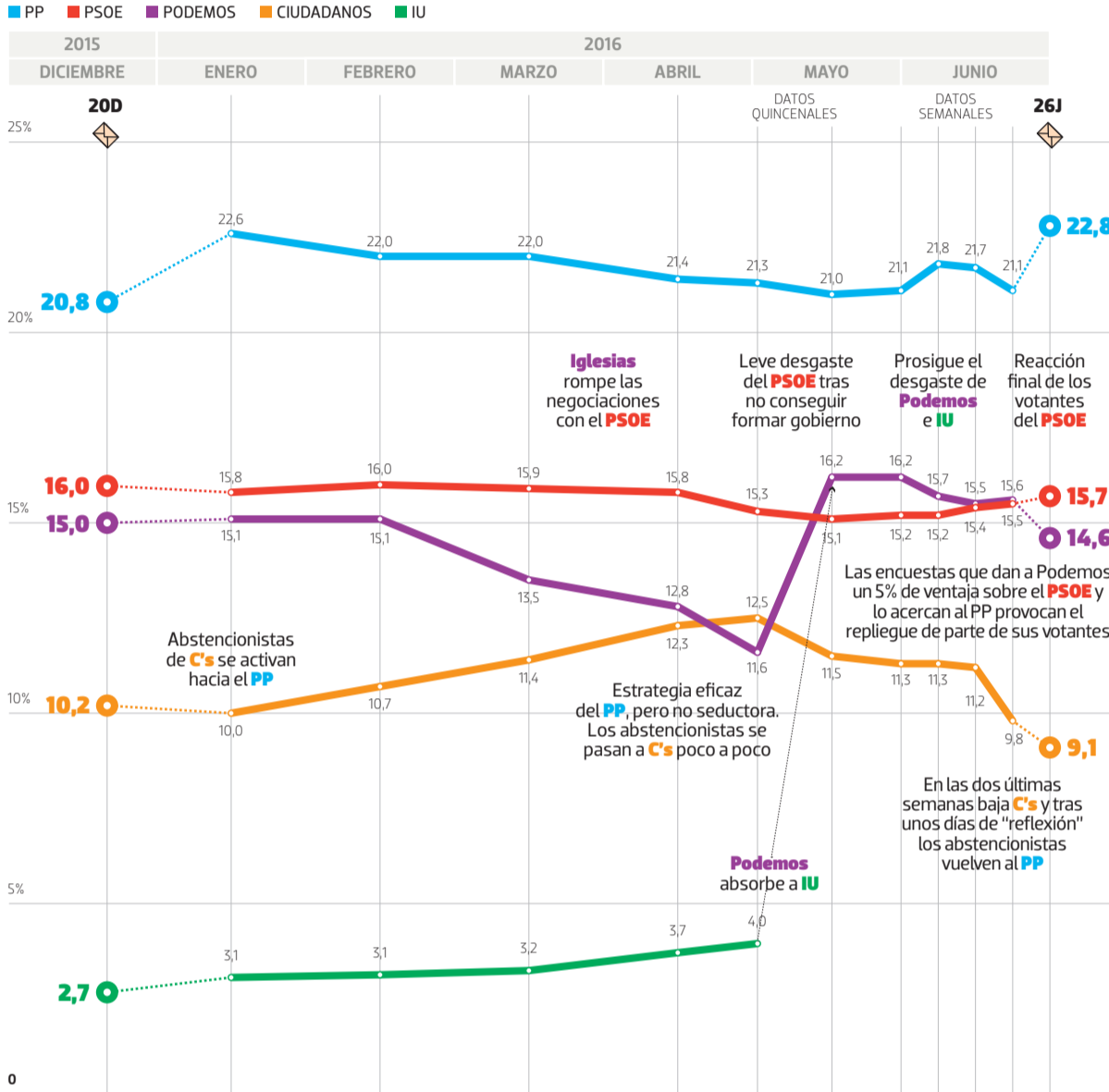
Sin los medios de comunicación no se puede entender la condensación del descontento en la forma que ha cristalizado. En España, los fiascos de las estrategias multimedia de Prisa, Vocento, Unedisa... dejaron en las televisiones generalistas un duopolio mientras surgían TDTs para todos los gustos. Hay que suponer que los programadores de Mediaset se encontraron con un problema al tener que gestionar dos televisiones generalistas. Decidieron dejar una sin cambios (Telecinco) y experimen-

# Perdedores de la crisis, uníos

## El clima y los altavoces surgidos desde 2008 impulsaron una transformación social que permitió el surgimiento de los nuevos partidos

### La minilegislatura 2016: una guerra de trincheras

Estimación de voto sobre censo. En porcentaje



FUENTE: ESTUDIO DE SOCIOLOGÍA CONSULTORES sobre datos del CIS y propios. GÓMEZ YÁÑEZ, J.A.: Las bases sociales de un seísmo político. XII Congreso de Sociología, Gijón, 30-06-2016.

INFO@AHORASEMANAL.COM



Votantes el 26-J en un colegio electoral del distrito Moncloa-Aravaca, en Madrid. JORGE GUERRERO / AFP / GETTY

tar con la otra (La Sexta), y encontraron el "nicho de audiencia" del descontento. Sin La Sexta y el espacio que han dado a los dirigentes que acabarían desembocando en Podemos no se puede explicar lo ocurrido en España. Sin la torpeza de PP y PSOE al manejar este tema, tampoco. Las redes sociales se convirtieron en catalizador del discurso de los más activistas de estos sectores. Repentinamente, encontraron que su discurso descalificador del sistema (la casta, etc.) era compartido por muchos.

En definitiva, en España y en Europa el clima y los altavoces lanzaron el nuevo manifiesto: "Amenazados del mundo, uníos".

### Electorados en desintegración

La derrota más clamorosa del 26 de junio ha sido la de los sondeos publicados. Hay que reivindicar las encuestas como técnica de investigación social. Es complicado explicarlo, baste decir que nos suministran la información clave para

### Sin los medios de comunicación no se entiende la condensación del descontento

### Varias encuestas no publicadas acertaron plenamente. Lo publicado no es la totalidad

describir lo ocurrido desde la primavera de 2009. Hay que añadir que varias encuestas no publicadas acertaron plenamente. No se confundió lo publicado con la totalidad. Resumiendo. La desintegración del electorado del PSOE comen-

zó en la primavera de 2009 —no de 2010—, desde entonces hasta las elecciones de noviembre de 2011 perdió cuatro millones de votos. Uno se desplazó al PP, medio millón a UPyD y 2,5 a la abstención, pero en realidad quedaron en una "bolsa de la ira" que tendrá una importancia central en lo ocurrido incluso en estos días. Quiénes componían esa "bolsa": votantes urbanos, nuevas clases medias, menores de 45 años.

La desintegración del electorado del PP se produjo durante 2012. En un año, el PP perdió la mitad de sus votos, a mediados de 2013 solo 5,5 millones declaraban intención de votar al PP. Incluso 2,5 millones decidieron olvidar que lo votaron. Muy lentamente, hasta diciembre de 2015, apoyado en una recuperación económica débil y desigual, el PP logró recuperar 1,7, hasta 7,2.

El voto del PSOE se transformó entre diciembre de 2011 y octubre de 2015. Perdió 1,7 millones de votos: más nuevas clases me-

dias, urbanos, menores de 45 años, a los que ahora se unían obreros cualificados. Recuperaba una cantidad equivalente con pensionistas, obreros no cualificados, estudiantes, etc. Es decir, el del PSOE se iba transformando, poco a poco, en un electorado cuyo nexo central era ser beneficiarios del Estado del bienestar, además de una fuerte identificación ideológica con la izquierda y el socialismo. Tras el mal resultado del PSC en las catalanas de septiembre de 2015, el PSOE perdió 1,5 millones de votos, cayendo a los 5,5 que obtuvo en diciembre y en junio.

En 2014 apareció Podemos, atrayendo a la "bolsa de la ira" que dejó el PSOE en 2011, a buena parte de los votantes que lo abandonaron desde 2011, a nacionalistas de izquierda en Valencia, Galicia, Cataluña y el País Vasco (forzando un movimiento de integración de los partidos que se movían en estos espacios) y a un millón, en número redondos, de abstencionistas crónicos, es decir, personas que no suelen votar porque tienen un discurso extremadamente crítico contra la política y los políticos (antisistema si se quiere).

Al acabar 2014, en los círculos de centroderecha comenzó a reclamarse un partido que diera la réplica a Podemos. Surgía de sectores centristas, urbanos, cualificados profesionalmente, muy distantes de la forma de hacer política del PP, al que dejaban atrás. Este relato nos situaría en diciembre de 2015. ¿Qué sucedió desde entonces?, ¿qué desconcertó a las encuestas publicadas?

### A las trincheras

Desde diciembre se desencadenó una guerra de trincheras: los votantes de todos los partidos se alinearon sobre sus ideologías (sí, sus ideologías). Pero ocurrieron varias cosas que, me sorprende, las encuestas que se publicaron en esos meses no recogieron.

En enero, menos de un mes después de las elecciones, se movilizaron unos 800.000 votantes de centroderecha que se habían abstenido. Se decantaron por el PP como reacción a la hipótesis de un gobierno de izquierda, se arrepentían de haberse abstenido. La estrategia de Rajoy en esos meses fue eficaz pero no seductora. Como resultado, estos votantes oscilaron entre PP y Ciudadanos. La campaña del PP fue muy efectiva, detectó a estos votantes y se dedicó en exclusiva a ellos, consiguió su voto, lo que explica sus 7,9 millones del 26-J.

La abrupta ruptura de las negociaciones para formar un gobierno de izquierda por parte de Iglesias no fue entendida por entre el 15% y el 20% de los votantes de Podemos. Su intención de voto bajó paulatinamente. La absorción de IU disimuló este efecto, pero siguió la erosión. Por unas semanas Podemos+IU estuvo algo por encima del PSOE —nunca un 5%— pero poco a poco se fue desgastando. La reacción emocional de unos centenares de miles de votantes socialistas hizo que el PSOE resistiera y superase a Podemos. Bajo este panorama quedan algunas explicaciones parciales para el último resultado electoral.

### Claves del resultado del 26-J

#### 1. La campaña del PP

Muy competente. Consiguió limar las asperezas de la imagen de Rajoy y capitalizar su experiencia frente a tres candidatos inexpertos. Dulcificó algunas aristas de la imagen del partido. Alimentó como resorte fundamental la polarización frente a Podemos y encontró en las encuestas un aliado.

#### 2. El papel de Ciudadanos

Como en diciembre, es mucho mejor su posición en el centro del escenario que sus campañas y el discurso de Rivera. Ambos se diluyen: "Tiempo de cambio, tiempo de acuerdo", ¿qué vende? Ser de centro no quiere decir no tener ideas. Ciudadanos podía haber puesto las

### El PP dulcificó algunas aristas de su imagen y alimentó como resorte fundamental la polarización

### Los choques entre PSOE y Podemos serán "a muerte". Son culturas rivales, no complementarias

primeras referencias para una legislatura en la que transmitir que España debe ser gobernada desde el centro.

### 3. El PSOE salva el match ball

Puede afrontar una larga decadencia, como la SFIO francesa en los 50 y 60. Desde hace mucho tiempo ese parece el camino más probable. Los años de gobierno de Zapatero solo congelaron un proceso tal vez irreversible. También puede renovarse. Ese es su desafío. Ahora lo han sostenido sus votantes, ha sabido movilizarlos, eso es un activo.

El PSOE tiene dos problemas fundamentales. Primero, vive del pasado: su lema electoral fue la reedición del de 1982, "Sí, por el cambio", y su logo es el de 1977 en rojo y con la posición de las letras cambiada. Está confundiendo su esencia. Desde hace mucho tiempo reduce el Estado del bienestar al Estado asistencial (sanidad, educación, mujeres, oportunidades, mayores, pensiones, dependientes, familiares que los cuidan, violencia de género, pobreza infantil, empleos precarios), y de eso también puede hablar el centro derecha. La diferencia ahí estriba en la eficacia en la gestión, acaso en el modelo de gestión (pública o privada o sus variantes). La socialdemocracia era un proyecto de reequilibrio de poderes sociales a través de los sindicatos, del derecho de trabajo, de la participación de los empleados en la empresa, etc. El PSOE ha perdido esa vertiente. Su problema, que parece no percibir, es que tiene que transmitir que alterará los poderes sociales en favor de determinados sectores. Para esto tendrá que encontrar otro discurso y otras alianzas sociales.

### 4. Podemos, fiasco previsible

Los votantes de IU no comparten la cultura política de los de Podemos. Son comunistas o socialistas. Los de Podemos son libertarios, progresistas, anarquistas, nacionalistas (no españoles). Las castañuelas no pegan con los melocotones, y estos votantes tampoco pegan entre ellos.

### 5. La izquierda, dividida

Está repartida en dos partidos equivalentes. Los choques entre ambos serán "a muerte", son dos culturas políticas rivales, no complementarias. El primero que comprenda la nueva situación y sea capaz de aplicar las conclusiones ganará la batalla más feroz que va a vivir la política española los próximos años.

### 6. Las encuestas

Han sido claves en esta campaña. Casi todas las publicadas se entregaron a una lectura sesgada de la realidad que estaba en la cabeza de sus responsables. Nunca hubo un 5% de distancia entre Podemos y el PSOE. Nunca se acercó Podemos al PP. Las encuestas traumatizaron la campaña. Los movimientos en la intención de voto durante la campaña se produjeron tras la publicación de las encuestas. Con esa capacidad de influencia y esos márgenes de error es muy aconsejable mantener la prohibición de publicar encuestas en la última semana de campaña.

José Antonio Gómez Yáñez es profesor de Sociología en la Universidad Carlos III y socio de Estudio de Sociología Consultores