

Lecciones que aprender



Tiempo de lectura: 2 min.
Vie, 11/11/2016 - 08:17

El reciente proceso electoral para la elección presidencial de los Estados Unidos, como todo proceso político, nos deja lecciones que aprender. Sin duda pone en evidencia la creciente dificultad en poder anticipar, por los procedimientos tradicionales, los posibles resultados de una consulta popular.

Los analistas destacan la similitud con lo ocurrido en las consultas para el brexit y el acuerdo de paz en Colombia, con el resultado de las elecciones presidenciales en los Estados Unidos. Tres casos que en breve tiempo y en diferentes situaciones y sociedades, ponen en duda la posibilidad, cada vez más disminuida de predecir tendencias y más aún, resultados, ante la inminencia de una consulta popular.

Desentrañar las razones de semejante disparidad entre la proyección y el resultado, amerita el análisis de especialistas en métodos de medición y más aún en análisis de comportamiento social en relación con el contexto específico de que se trate. Pero además, el entender la evolución de los procesos de comunicación social y la creciente influencia de las redes sociales y su poderosa capacidad de generar y transmitir opinión.

Ya no sólo de recibir el mensaje, sino la capacidad de asimilarlo, modificarlo y difundirlo de acuerdo con su propia visión y particulares intereses, generando matrices de opinión que se auto alimentan y evolucionan a través de las redes, sin control.

Pero además, es importante aceptar que la subestimación del adversario siempre juega a su favor. El creer que porque a nosotros no nos llega no le llegará a los demás es un grave error. Hay que aceptar que nuestra mirada no es objetiva. Está coloreada por nuestro punto de vista y por nuestros intereses, sin detenernos a explorar los múltiples puntos de vista y los variados intereses de quienes no coinciden con nosotros, pero que tendrán el poder de decidir.

Explorar esas diferencias es fundamental para la estructuración de un mensaje inclusivo y con capacidad de permear los diferentes sectores en función de sus puntos de vista y de sus necesidades. En todo caso, definir cuáles son los sectores a los que deseamos atraer y conocer a fondo sus carencias y aspiraciones es vital.

En los tres casos que mencionamos al inicio, se dio un resultado sorpresivo por cuanto se expresó una mayoría silenciosa que no se hizo evidente a lo largo del proceso. Probablemente no se exploró a profundidad la motivación de sectores numéricamente importantes. Y por supuesto, se ignoró la posibilidad de una respuesta que los visibilizó por la vía del voto. Sorprendiendo a quienes en base a los estudios de opinión tradicionales, vaticinaron otro resultado.

¿Nos resulta familiar este escenario? Algunas de las muchas lecturas que estas realidades nos obligan a explorar ante la inminencia de procesos de consulta popular.

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)