

Por qué el centro no va ganando en Colombia (de momento)

E elpais.com/internacional/2018/03/04/colombia/1520120415_762601.html

Jorge Galindo

March 4, 2018

Colombia vive hoy en una aparente contradicción demoscópica. Según todos los datos disponibles, el centro es el espacio ideológico preferido por los colombianos: entre un 40% y un 45% se declaran centristas según varias fuentes (como la Encuesta de Cultura Política del DANE, o el AmericasBarometer). A pesar de ello, son las candidaturas más extremas ideológicamente las que puentean en intención de voto. Mientras, Fajardo pierde su ventaja inicial, Humberto de la Calle se hunde, y Vargas Lleras se estanca. ¿Qué está pasando con el centro en Colombia? ¿Y qué explica esta contradicción?

Históricamente, ser de centro ha significado dos cosas bien distintas. Casi opuestas, y a pesar de ello íntimamente relacionadas. Por un lado está lo que podríamos llamar ‘centro clásico’, que se basa en una defensa del statu quo a partir del pactismo que dominó la política colombiana desde el Frente Nacional. Este viejo centro se enfrenta desde hace años al nuevo centro, heredero de la Ola Verde, y de tantas otras propuestas que precedieron a la candidatura presidencial de Antanas Mockus en 2010. Se trata de un centro radical que nació para mejorar la democracia sin cuestionar el mercado, basado en un mensaje regeneracionista que se complementa con propuestas de igualdad de oportunidades sin salirse de una defensa cerrada de los derechos de propiedad, del liberalismo tanto económico como social. En otras palabras: mientras el centro clásico defiende las instituciones, este nuevo centro apostaría por el reformismo como única vía para conservar dichas instituciones.

Si atendemos a los datos de la última década, el centro regeneracionista mantiene su colchón electoral en el entorno del 5%, que es lo que tradicionalmente han obtenido los candidatos verdes a las elecciones legislativas. Aquel 30% de Mockus estuvo alimentado, sobre todo, por voto de izquierda. Mientras que el ‘viejo centro’ se fue con Santos en aquellas elecciones. En 2014, Santos volvió a ser su candidato, mientras que el regeneracionismo se quedó huérfano en primer vuelta y aceptó al Presidente en segunda por evitar a Zuluaga.

Pero estas elecciones son muy distintas. Estas son probablemente las elecciones más ideológicamente competitivas en la historia de Colombia, recuerda. Eso quiere decir que salir de la zona centrada es imprescindible para construir mayorías. Vargas Lleras lo sabe, y por eso ha buscado con ahínco la derecha, espacio tradicional de atracción para los miembros de la vieja élite centrista-pragmática. También lo sabe Fajardo, quien se decidió por la izquierda en una especie de repetición de la Ola Verde, con la diferencia crucial de que hoy este espacio ideológico está en crecimiento. Y lo mismo ha intentado Humberto de la Calle en su alianza con Clara López.

Sin embargo, es posible que ninguno de ellos contase con que la competencia en ambos extremos fuese a ser tan dura. Tanto Petro como Duque (por mencionar a aquellos que dominan las encuestas y por tanto sus respectivas consultas) son candidatos que generan odios cerrados, pero también amores. Dentro de las opciones que son viables por sí mismas (y, por tanto, descartando tanto a ‘Timochenko’ como a Piedad Córdoba), aquellas más odiadas en Colombia son también las que despiertan mayor atracción.

Lo que sucede aquí es lo que podríamos llamar la paradoja de la polarización: en un espacio fuertemente competitivo, si un candidato genera rechazo de una porción de la estructura ideológica suele ser porque levanta pasiones en el otro. Esto, que hace de Petro y Duque, malos candidatos para una hipotética segunda vuelta en la que el voto suele coordinarse en torno a la alternativa más centrada, los convierte al mismo tiempo en feroces adversarios para la primera vuelta, en la cual la gran división favorece a las opciones que son capaces de movilizar a su base. Si el centro, por muy grande que sea, está partido en tres, por mucho que éstos intenten cazar fuera de esta zona y hacia los extremos, es difícil que sean competitivos con candidatos que son obviamente percibidos como genuinamente de derecha o de izquierda. No sólo por sus votantes potenciales, sino también por sus enemigos, que confirman así la percepción de los seguidores en cada discusión que tengan en bares, lugares de trabajo o redes sociales.

El anuncio de Claudia López como compañera de viaje de Fajardo podría ayudarle en estas lides, dado que se trata de una persona con un perfil que es al mismo tiempo percibido como radical y moderado: aporta tono (y por tanto, pasiones y odios) a su campaña sin moverla del espacio centrista, en un color particularmente intenso de regeneracionismo. Vargas Lleras podría intentar lo mismo con su dupla vicepresidencial, pero apelando al conservadurismo y a su maquinaria territorial, un as que se guarda todavía en la manga.

Pero, si la dinámica actual se mantiene, Colombia podría llegar encontrarse con el deseo de votar a un candidato de centro (viejo o nuevo) para la segunda vuelta, como ha sucedido tradicionalmente en el país. Pero, por primera vez, sin ninguno al que acudir.