Escala Crítica/Columna diaria

* Política y mercado: el consumo nacional se disparó 10% en julio *Mitofsky/Reforma, las percepciones: medir la felicidad del cambio

* Un desafío: expectativas altas de gobierno, ¿resultados rápidos?

Víctor M. Sámano Labastida

EL ÁNIMO social es analizado y estudiado por sociólogos, antropólogos y politólogos por medio de 'intangibles'. Algo que no se puede medir o pesar, pero cuenta y significa. Como los símbolos, se trata de un valor cultural que no puede ser representado de forma estadística. ¿Cuánto valor numérico se asignaría en México a la virgen de Guadalupe, Emiliano Zapata o Lázaro Cárdenas? Los elementos intangibles reflejan un campo social de subjetividades que entrañan un valor cultural.

No es fácil de explicar y de racionalizar, pero ahí está: pesa y significa. Los especialistas del marketing, tan encandilados por la sociometría (estudio estadístico de la sociedad), se traicionan cuando hablan del valor de lo intangible.

Hay quienes quieren unir lo intangible con lo concreto. Ponen números a la emoción. Por tanto, las recientes elecciones presidenciales fueron campo propicio para medir el ánimo social. La encuesta, técnica reina de las ciencias sociales, hizo su aparición para contabilizar los sentimientos ciudadanos. Desde luego, esa medición viene con porcentajes, no con valoraciones subjetivas. ¿Se quiere meter al pájaro de lo intangible en una jaula? No tanto: es una curiosa combinación, lo verá el lector, que quiere explicar con números el valor subjetivo (intangible) del cambio social, a través de las percepciones ciudadanas.

COMPRAS Y EMOCIONES

LA PROCURADURÍA Federal del Consumidor (Profeco) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), dieron a conocer en la primera semana de agosto un dato significativo: el consumo nacional se elevó 10% el mes de julio, luego del triunfo electoral apabullante de AMLO y Morena. Es una índice atípico, puesto que julio no es de grandes compras para el consumidor promedio, como sí lo es septiembre (el mes patrio jala comercialmente) o diciembre (clásicas compras de fin de año). Agosto, por ejemplo, es mes de mayores compras, por el inicio del ciclo escolar. Si rastreamos momentos y números parecidos, tenemos que retroceder a julio del 2000 (la transición llega a Los Pinos, el consumo nacional aumentó 8%) y a julio de 1988 (despertar ciudadano y competencia política real, consumo nacional elevado 7%). Los números de consumo apuntan a algo más profundo e intangible: la

alegría de un país por el cambio político.

DEL HARTAZGO AL OPTIMISMO

VEAMOS dos encuestas sobre ánimo social después de la ola electoral de Morena. Consulta Mitofsky (Roy Campos) y Reforma (Lorena Becerra). Son interesantes por el tono sensible de la República, lo que se espera del nuevo gobierno y cómo se visualiza la figura de AMLO.

Los sentimientos, convertidos en números, marcan tendencia positiva para el gobierno entrante. Según Mitofsky, la ciudadanía está más alegre que triste (62.4% contra 25.8) con el triunfo de AMLO; se siente más satisfecha que decepcionada (60.1% contra 27.3); se percibe que hay más tranquilidad que miedo (59.8% contra 28.7); y se siente más confiada (70% a 30). Plantea Javier Risco (El Financiero, agosto 2): “En el terreno de la esperanza, todos los sentimientos están alineados y se otorga no sólo el beneficio de la duda, sino de un futuro mejor para todos; la sociedad está dispuesta y satisfecha de los tiempos que vienen”. El valor de lo intangible, convertido en número, resulta un bono democrático que suma percepciones favorables. La ciudadanía tiene expectativas altas, que a decir de Macario Schettino, “deben cubrirse en un año, cuando mucho”.

La agenda del cambio que proponen Morena y AMLO no llega a ese nivel supersónico. ¿Un año para cubrir rezagos de décadas? Por supuesto, si no hay estrategias a corto plazo, el campo de las percepciones puede cambiar. Pero no debe gobernarse sólo para las percepciones. El sexenio de Peña muestra el riesgo de apostarlo todo a las percepciones.

La encuesta de Reforma manejó esta pregunta: “De las siguientes palabras, ¿cuál refleja mejor su estado de ánimo en relación al gobierno de AMLO? Esperanza, 62%; incertidumbre, 24%; preocupación, 12%”. Las percepciones ciudadanas son favorables al gobierno entrante. Pero resulta interesante que, abriendo la perspectiva, ante la pregunta “¿cómo nos percibimos como sociedad?” 46% ve a México unido y 39% lo ve dividido. Cambia el rango social de percepción.

Preguntó Reforma sobre promesas de campaña. Sigue de amor la llama: “49% cree que el gobierno entrante cumplirá todas o la mayoría de las promesas; 44% cree que muy pocas o ninguna”. Sobre la imagen de AMLO: en julio de 2017, 33% de los encuestados tenía una imagen muy buena o buena del líder de Morena y 38% una imagen muy mala o mala. En julio de 2018, AMLO cuenta con 62% de positivos y apenas 12 por ciento de negativos.

Es alentador el ánimo social, pero mal haría un gobierno en sentarse en sus laureles para que el país se arregle solo. Las percepciones ayudan. Pero no se deciden políticas de gobierno amoldando la realidad a las percepciones. Se trabaja para crear percepciones positivas.

AL MARGEN

CÉSAR BURELO, ex diputado y ex alcalde de Cunduacán, asumió la dirigencia estatal de Morena, así como el cargo de delegado nacional. Estará en el cargo hasta noviembre cuando se elija al nuevo liderazgo. Podría buscar la ratificación. Antes, el 19 de este mes, el partido de AMLO tendrá su Congreso Nacional, donde se revisarán los estatutos morenistas.

(vmsamano@yahoo.com.mx)