



GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

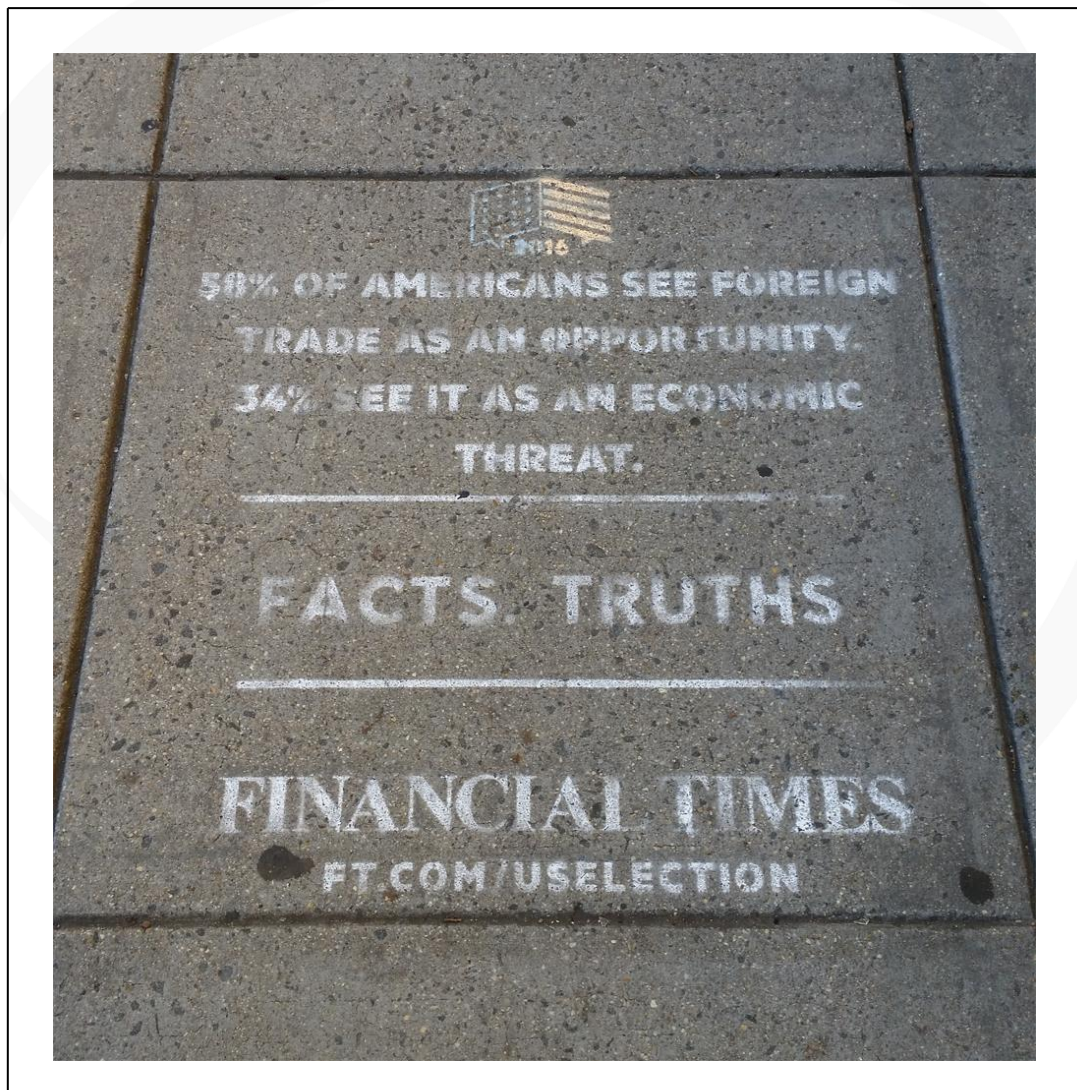
Opinión Pública

ENCUESTAS POR EL PISO

Por Lic. Jorge Daniel Giacobbe

Director de Giacobbe & Asociados

@JorgeGiacobbe





GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

ENCUESTAS POR EL PISO

Por Lic. Jorge Daniel Giacobbe

Director de Giacobbe & Asociados

@JorgeGiacobbe



A lo largo de mi carrera he visto muchas encuestas. Algunas con datos certeros, y otras no tanto, varias con mentiras descaradas y muchas verdaderas; de esas que no suman 100% al final de la columna y de las que son misteriosamente coherentes; de las que dan ganador a quien finalmente sale segundo, o incluso tercero. Y unas cuantas demasiado consecuentes con los deseos de quién las encarga. Las he visto impresas en todo tipo de diarios, blogs, portales, diarios digitales y redes sociales. Las he escuchado en la radio y las he visto por televisión.

Pero nunca en mi vida había visto una encuesta publicada en el piso. Nunca. Hasta el día en que ganó Donald Trump la presidencia de EEUU. El día en que todo lo que no debía suceder, sucedió.

La 16th street corre derecha, prolija y elegante desde la Casa Blanca hasta Silver Spring, el límite del Distrito de Columbia con su vecina Maryland. El recorrido tiene paso obligado por el China Town y una zona de bares en la U street. Sobre una de sus veredas, de cemento gris alisado, a muy pocas cuadras del lugar donde Obama esperaba los resultados del día de la elección, encontré esta encuesta pintada en el suelo. En prolijo stencil y coronada con una bandera a dos colores, la leyenda dice:

**58% DE LOS AMERICANOS VE EL COMERCIO
EXTERIOR COMO UNA OPORTUNIDAD.
34% LO VE COMO UNA AMENAZA ECONOMICA.**

DATOS.VERDADES.

FINANCIAL TIMES

FT.COM/USELECTION

Vale la pena resaltar que la pieza es compleja de realizar. El stencil es un molde de letras caladas, que se apoya sobre una superficie para luego pintar con aerosol. Cuando se retira el molde, el dibujo queda prolijamente visible. Si se desea agregar color, entonces serán dos stencils y dos aerosoles. Quien realizó esa pintada en ese lugar clave llevaba consigo un stencil de considerable tamaño, otro más pequeño para el detalle en rojo de la bandera, un aerosol blanco y otro rojo. Un demócrata entusiasta que debió esperar que no lo viera nadie, y realizar la intervención en una ciudad donde el control en la vía pública no se ve, pero se siente.



GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

ENCUESTAS POR EL PISO

Por **Lic. Jorge Daniel Giacobbe**

Director de Giacobbe & Asociados

@JorgeGiacobbe

La encuesta en el piso de Washington podría ser metáfora de todo lo que no funcionó. Datos de un estudio que no pudo prever lo que sucedería, pintada en el corazón del establishment americano, en una ciudad escandalosamente demócrata. Un esfuerzo publicitario que apela al voto racional. Un mensaje para quienes caminan por la calle mirando el piso.

Nada de eso funcionó. Las encuestas americanas y sus posteriores análisis políticos viven una crisis que, en el mejor de los casos, podría ser de crecimiento. Aferrados a los sistemas de encuestamiento telefónicos y presenciales, no garantizan las condiciones de privacidad necesarias para que la gente les diga la verdad. Contagiados de la lógica de los políticos, pueden estar más preocupados por saber a quién va a votar un ciudadano, que a comprender profundamente lo que le sucede y cómo construye su lógica de toma de decisiones. Tendrán que revisar no solo los soportes tecnológicos con los cuales abordan a los ciudadanos, sino también el contenido de las encuestas. Deberán revisar las preguntas que antes servían para describir a una sociedad que ya no existe.

La encuesta en el piso le habla a un público racional que, en verdad, es mínimo. Los comportamientos emocionales a la hora de votar aparecen -una y otra vez- como tsunamis impredecibles y destructores de los sistemas políticos en todas las democracias del planeta. Arrastran a los políticos clásicos, dejando estelas de miedo y un sinfín de preguntas.

El esfuerzo entusiasta del artista político está geográficamente mal direccionado. Washington no era el lugar donde hacer ningún esfuerzo de campaña más, pues era absolutamente predecible. En sentido opuesto, los demócratas se olvidaron de asegurar algunos estados que creyeron ganar por el peso de la historia o el prestigio de Obama. Pues bien: los terminaron perdiendo.

La pintada representa el stablishment hablándole al stablishment, demócrata y/o republicano, no importa. Pero claro, fuera del yogurth washingtoniano había 47.2% de los americanos votantes dispuestos a patearlos a ambos.

Por último, la encuesta en el piso le habla a quien circula las calles mirando hacia abajo. Es fácil decirlo con "el diario del lunes", pero no lo puedo evitar: quizás hubiera sido mejor para los demócratas levantar la cabeza y mirar a los demás, más allá de sus propios pies.

Lic. Jorge D. Giacobbe

Director

Giacobbe & Asociados Opinión Pública SA

(+54911) 5514 7885 // @jorgegiacobbe // jorgedgiacobbe@hotmail.com