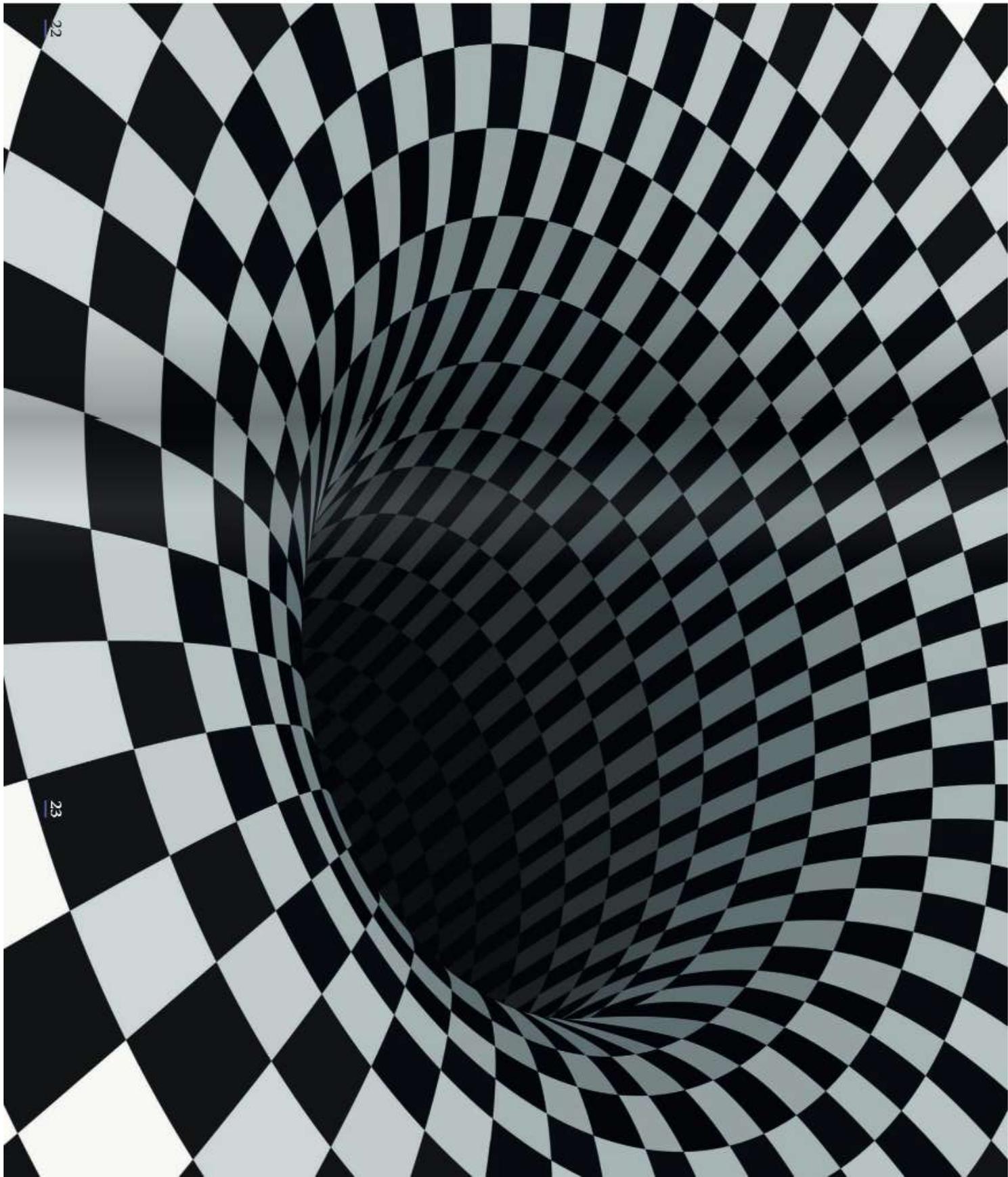


La paradoja de la España centrífuga

POR BORJA VENTURA



LO DE NO SER de izquierdas ni de derechas ha quedado en nuestros días como una burla hacia el equidistante. Estamos tan polarizados que ahora parece que no decantarse por un lado de la balanza ideológica es un síntoma de tibieza o, a lo peor, de enmascarar que en realidad sí te decantas por un lado pero no quieres reconocerlo.

«Nadie compra camisetas del árbitro», escribía el consultor Luis Arroyo allá por 2015, cuando el bipartidismo dio señales de debilidad. Pero en la convulsa España de la Transición, cuando ese bipartidismo se forjó como lógica política, el centro fue la opción mayoritaria. Y lo fue durante cinco años. Después vendría el derrumbe y el lento acomodo en la intrascendencia, hasta que con la llegada de los 90 acabó desapareciendo del Congreso. Para entonces se había asentado otro bipartidismo hacia los lados.

«Para definir qué es el centro lo más sencillo es ir a lo que no es», explica Andrés Medina, director general de Metroscopia: «la no identificación ni con la derecha ni con la izquierda». Y esas coordenadas políticas no volverían a visitarse en las urnas hasta mucho después, en 2011, cuando UPyD levantó de nuevo la bandera del centro. Después llegaría Ciudadanos, que, justo cuando despegaba en las encuestas, se derrumbaría como hicieron todos sus antecesores. En este caso fue como el Ícaro de la mitología: el espejismo de tener una fuerza moderada se deshizo cuando esta se abrasó al desviar su rumbo, en este caso escorándose hacia la derecha. Adolfo Suárez renunció ahogado por la oposición. Albert Rivera acabó por asumir su fracaso al haberse entregado a ella.

¿Tan estrecho es el centro? «Es una categoría relativa, como lo es cualquier categorización ideológica», completa Jorge Galindo, politólogo y director adjunto del centro de Políticas Económicas de ESADE. Algo así como un punto medio entre dos realidades reconocibles y equidistantes: si sabes qué es la derecha y qué es la izquierda, qué defienden y qué implican, entonces deberías poder imaginar cuál es el punto medio entre ambas. En palabras de Medina, «el centro es, ante todo, una posición de descanso político», lo cual hace que no sean solo unas coordenadas ideológicas, sino algo más complejo. Galindo, usando una visión economicista que

habla de riesgos y beneficios, detalla que desde cada extremo «no hay capacidad de ver los beneficios que tendría la posición contraria», y viceversa. De esa forma, el centro lo constituiría el conjunto de posiciones que tienen en cuenta «tanto los costes como los beneficios de ambos lados». Y eso, volviendo a la equidistancia, «no es necesariamente bueno ni malo porque desde ambos extremos se pueden hacer críticas» a ese centralismo.

LA ESPAÑA DESCENTRADA

En España todos los centros han ido cayendo tras éxitos muy localizados en el tiempo: la UCd y el CDS en los albores de la democracia, y UPyD y Ciudadanos cuando se fueron apagando las llamas de la crisis económica de 2008. Pero fuera de nuestras fronteras la situación es distinta. Hay países que cuentan con formaciones centristas fuertes, como sucede en la República Checa o Estonia. Y otros, como Lituania o Suecia, tienen más de un partido centrista con representación en sus parlamentos.

Mientras aquí nos cuesta definir *centro*, en esos otros países lo visten con calificativos diversos. Se habla de partidos *moderados*, aunque hay algunos que se llaman *radicales*. Se habla de partidos *liberales*, que lo son tanto en lo económico —lo que les acerca a la derecha— como en lo social —lo que les lleva hacia la izquierda—. Y hay incluso partidos que se llaman literalmente *populares* o incluso *izquierda*, como Venstre en Dinamarca, pero que también son de centro.

Pero la cuestión no es que en el resto de Europa el centrismo ocupe más espacio ideológico, sino que en España se da una paradoja particular: la mayoría de ciudadanos dicen ser de centro, pero luego no votan al centro. Para intentar explicar el motivo, Galindo recurre de nuevo a términos económicos como son la oferta y la demanda, en este caso políticas.

Para medir la demanda política —es decir, lo que los votantes piden—, basta acudir a los sondeos del Centro de Investigaciones Sociológicas, que lleva preguntando cada mes desde 1996 en qué posición se ubican los españoles, y la enorme mayoría dicen ser de centro. De hecho, supera con creces lo que suman las posiciones de derecha y

extrema derecha y compite cara a cara con la suma de izquierda y centroizquierda. Es más, solo durante tres breves periodos de tiempo ha habido otra opción (centroizquierda) por delante del centro. Según la argumentación de Galindo eso refleja que hay una demanda política de centro, pero que, de forma paradójica, no consume la oferta política de centro. «Esta perspectiva de oferta y demanda implica asumir que el mercado político es de competencia perfecta, es decir, que cada votante va a apoyar a quien esté más cerca de sus preferencias sin tener en cuenta nada más. Y eso no es así», reconoce.

En su análisis detalla que el voto tiene «incentivos mucho mayores que en otros mercados porque es una acción que implica que, al votar, quieres que tus principios estén representados». Pero también quieres que sean los dominantes —es decir, que gobiernen—. Y en eso intervienen otros factores, porque el resultado no depende solo de tu voto, sino también del resto de visiones del resto de ciudadanos. Ahí aparece la idea de voto útil: no se trata únicamente de que ganen los míos, sino de que no ganen los otros.

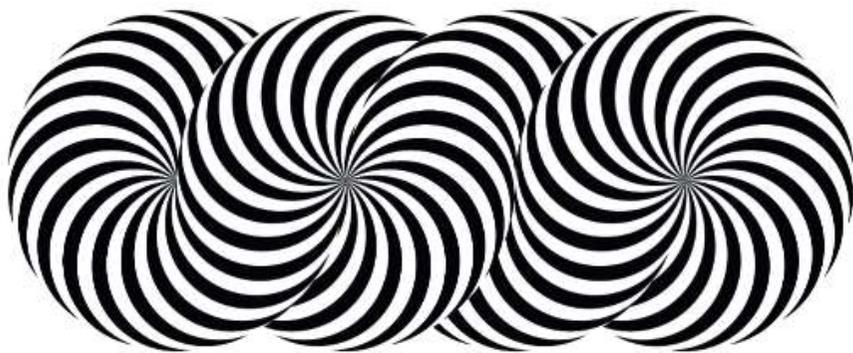
CENTRO Y CENTRALIDAD

Entendiendo la política como «una lógica de posiciones en competición», se da una agrupación de voto alrededor de ciertas posiciones dominantes. Y esa agrupación se ve multiplicada en España porque hay «un sistema electoral que favorece opciones mayoritarias, y que hace que estas se aglutinen en torno a una ideología», explica Rafael Rubio, profesor de Derecho Constitucional en la Universidad Complutense y consejero de la comisión de Transparencia y Participación de la Comunidad de Madrid.

«Eso facilita que izquierda y derecha se agrupen dejando huérfano al centro, que se convierte en objeto de deseo porque es sociológicamente mayoritario. Así, izquierda y derecha se convierten, por definición, en centroizquierda y centroderecha», explica. En ese momento, «el centro deja de ser un voto útil, entendiendo como tal que tenga capacidad para condicionar el resultado final o la formación de Gobierno, y por tanto pierde fuerza», resume. Entre el sistema electoral y los grandes partidos el centro se diluye.



«el centro deja de ser un voto útil, entendiendo como tal que tenga capacidad para condicionar el resultado final o la formación de Gobierno, y por tanto pierde fuerza»



«más del 90% de los que dicen ser de izquierdas dicen serlo mucho o bastante, algo que se repite en el 85% de los que dicen ser de derechas. Sin embargo, solo el 25% se considera muy o bastante de centro»

«Más que de centro habría que hablar de centralidad», sugiere Medina, que apunta al concepto no como una perspectiva ideológica, sino una posición coyuntural. «UPyD no consiguió despuntar desde el centro en 2011 porque la centralidad entonces estaba en buscar un partido de gestión que combatiera la crisis. Ciudadanos sí lo consiguió en 2015 porque la centralidad estaba en una crítica al bipartidismo y una demanda de regeneración», recuerda. La centralidad, explica, tiene que ver con la necesidad o la ilusión, y Ciudadanos logró centro y centralidad cuando supo ser «un vehículo electoral capaz de tender puentes hacia las dos orillas ideológicas y articular mayorías para que la gobernabilidad no dependiera de los nacionalismos».

Aun así, cabría preguntarse por qué esa coordinación de voto, o esa centralidad, no se da alrededor de un partido de centro de forma tan mayoritaria como apunta la demanda política. Y la respuesta, volviendo a la lectura economicista, tiene que ver con los estímulos: «En España hay incentivos para la confrontación de dos bloques. Ambos aprovechan la existencia del bloque contrario y de la posibilidad de que sume para gober-

nar para arrastrar al votante», analiza Galindo. Y así, del voto útil se pasa a la polarización.

Hay varios motivos posibles, pero Medina desliza una clave que sale a la luz «cuando atendemos no solo a la posición política que los ciudadanos dicen ocupar, sino también a la intensidad de su posicionamiento». Así, según datos de Metroscopia, «más del 90% de los que dicen ser de izquierdas dicen serlo mucho o bastante, algo que se repite en el 85% de los que dicen ser de derechas. Sin embargo, solo el 25% se considera muy o bastante de centro», apunta.

En sus palabras, la ciudadanía que se identifica con el centro representa, en general, «un votante más desideologizado, con menor compromiso ideológico y presenta un menor interés por la actualidad política y una menor tasa de participación electoral». El centro, a diferencia de la izquierda o la derecha, no es solo una posición ideológica concreta, sino también contempla una cuestión actitudinal hacia la política. Un cruce de caminos ocasional por el que pasa una mayoría de votantes, pero no un lugar en el que quedarse y agrupar una mayoría política. Por lo menos no en este mercado, y menos con estas reglas.

La ZITY es tuya

Los mejores planes en Madrid que no te habían contado.

Un centro comercial de aventuras
XMadrid

La mejor tortilla de Madrid
Taberna Pedraza

Productos sostenibles y de proximidad
La Osa Supermercado Cooperativo

El kebab al que van los Reyes
New Ahil Ebla Bar

¿Quieres más planes?
Síguenos en IG y no te pierdas nada.
@Zity_Es



Descárgate la App y empieza a moverte por Madrid con **5€ GRATIS.**

Código: PLANESZITY

Código válido para nuevas altas hasta 30/12/22

ZITY