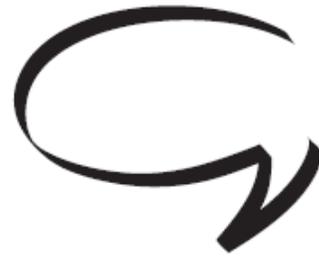


# INFORME MENSUAL PRIVADO



GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

**Opinión Pública**

**NOVIEMBRE 2021**

# ANCHOS FALSOS

Por Lic. Jorge Daniel Giacobbe  
Director de Giacobbe & Asociados  
@JorgeGiacobbe



### APUNTES SOBRE LAS ELECCIONES 2021

Finalmente, el sopapo se hizo carne. La opinión pública argentina salió a las urnas a decirle al gobierno cuán disgustada está, perdiendo 15% en todo el país, incluso en sus distritos más potentes. Aún así, es interesante retratar que Cristina sigue en pie, frente a la disolución de la fantasía de los “supuestos votos” de sus aliados (Alberto Fernández y Sergio Massa). El Frente de Todos retrocede casilleros, volviendo a ser el Frente para la Victoria.

En lo actitudinal, tras eso el gobierno abandonó la fase de la depresión y desorientación, para volver a la de negación de la realidad. Se trata de un mecanismo de defensa que seguramente auto-perciban más digno que mostrarse débiles, pero los aleja del 70% del electorado.

Dos mitos temerarios muestran sus grietas y crujen tras las enseñanzas de éstos comicios. El primero, aquella idea tan vieja (y tirada de los pelos) de que **el peronismo unido es invencible**. Ha quedado claro que Cristina, Alberto y Massa siguen juntos, pero ya no tienen 48% de los votos. Es la unión de ella con la nada.

El segundo, que **los aparatos y el clientelismo tienen una potencia desmesurada** suficiente para dar vuelta elecciones. Ambos deben ser revisados y puestos en medida, sobre todo la próxima vez que el sistema político pretenda correrse con anchos falsos.

En la Provincia de Buenos Aires, para dar un ejemplo, Victoria Tolosa Paz creció 460 mil votos entre las PASO y las generales. Poniendo en la cancha todo el dinero del Estado, todo el dinero negro, todos los fiscales, todos los aparatos municipales, todo el clientelismo posible, todas las heladeras, todas las bicicletas, los bolsones de comida y demás. En cambio José Luis Espert, sin poner la plata del Estado, ni la negra, ni los fiscales, ni los autos de los intendentes, ni repartir las boletas casa por casa, ni tener casi publicidad, creció 240 mil votos.

Poniendo todo: 460 mil votos. Poniendo nada: 240 mil votos. ¿Entonces, cual es la real capacidad de los aparatos?

El sopapo debería haber sido mayor, de no ser porque ese **7% de la población no fue a votar**. En las últimas décadas de democracia, el presentismo tendió a subir y se estabilizó en 78% a nivel nacional. En las elecciones generales de 2021 el presentismo fue de 71%. El peor en décadas.





GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

Esto nos pone frente a un fenómeno nuevo: el **ausentismo resulta ser la tercera fuerza nacional**, seguida de la izquierda y el liberalismo. A esta altura del año y del comportamiento social, no se lo podemos atribuir a la pandemia. Si le sumamos, además, el 5% de votos blancos y nulos, el 7% se convierte en 12%.

Tenemos un público que, **cansado de tener que elegir entre Frankenstein y el Hombre Lobo**, huye de la responsabilidad democrática. Hay argentinos, sobre todo jóvenes, entendiendo que la democracia, por sí misma, no soluciona problemas. Es lo que supimos conquistar.

### VAMOS A LOS DATOS

En todos los datos recopilados en esta encuesta post electoral podemos ver que el kirchnerista de a pie está con el ánimo planchado. Incluso el público más duro y fiel, está lleno de dudas y conflictuado frente a una realidad que ya no se puede maquillar, un presidente que les resulta ridículo y un frente político que brilla por sus incoherencias e incapacidades. Han votado para “banca la parada”, pero están a disgusto.

Cristina y Alberto ya están por debajo de los veinte puntos de imagen positiva, mientras que los dirigentes principales de la oposición están muy por encima. Incluso resulta irritante para ellos que, en la comparación, Mauricio Macri esté nuevamente creciendo.

Ahora la población se divide en un 66% que cree una cosa, y 33% que cree otra. Es una grieta, pero muy despereja. Sin embargo, pese a la enorme frustración de los unos y los otros, y las fantasías de recambio de gobierno, no parece haber un clima social de revuelta. Y tampoco parece haber un sistema político que entre bambalinas lo esté empujando. Si todo sale bien viviremos un fin de año triste, lacónico y angustiante, pero sin plazas de mayo.

La política sigue sin conectarse con las expectativas de la gente y planteará la reelección de los intendentes, teniendo casi al 75% de los argentinos en contra. Que no se quejen cuando ese enchufe les haga sentir sus 220 voltios.

La percepción de problemas del país arroja conceptos que no están en vías de ser solucionados, y las expectativas de futuro son horribles para el año que viene. El clima los próximos dos años será similar a divorciarse sin poder irse del hogar. Agobiante y claustrofóbico.

El poder ejecutivo desprestigiado, desconectado, desconcertado y sin ideas. El poder legislativo astillado e imposibilitado para avanzar en soluciones. El poder judicial con 3% de imagen positiva. Es la foto de nuestra república.

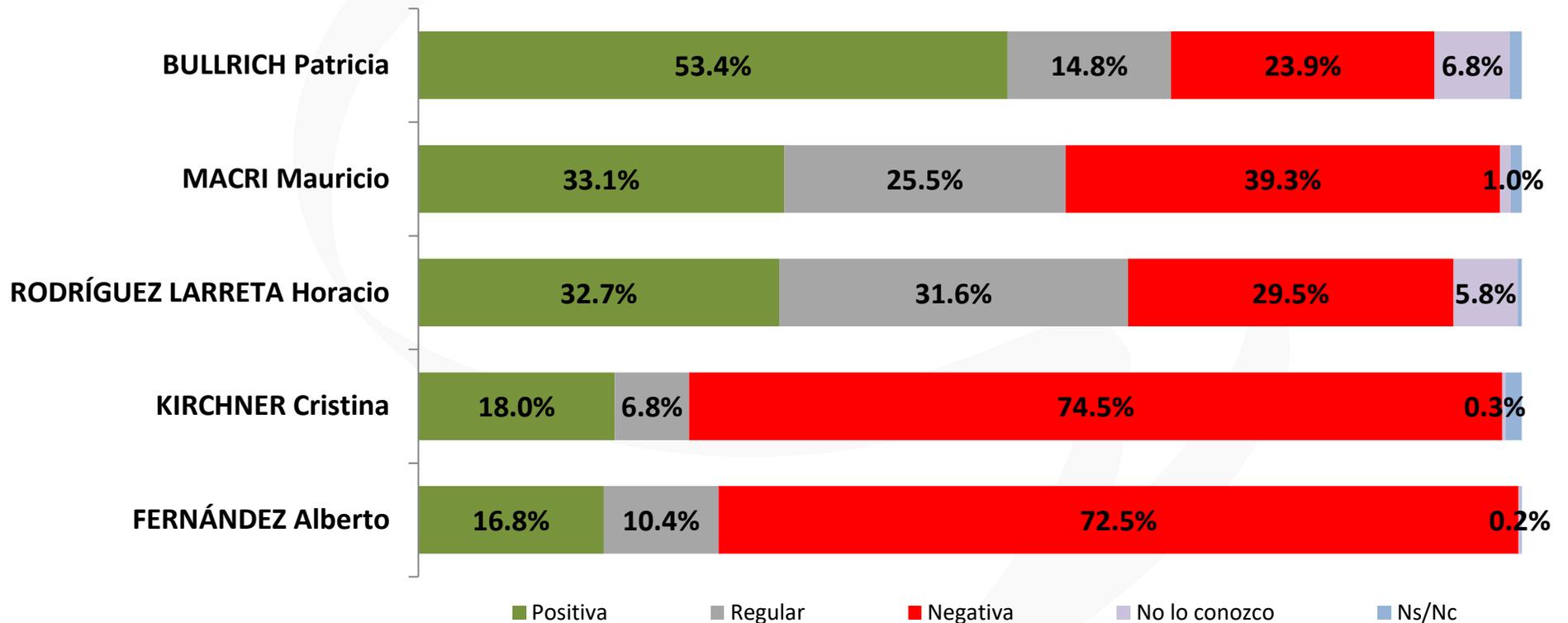
Mientras tanto nos percibimos a nosotros con una crudeza pasmosa. Ignorantes, mansos, corruptos, vagos, conformistas, irresponsables y boludos.

Los ciudadanos argentinos también somos, como nuestros dirigentes y como nuestros miedos viejos, un conjunto de anchos falsos. Podemos utilizar esos datos para autoflagelarnos, victimizarnos y buscar culpables. O podemos utilizarlos para hacernos cargo de nuestros errores como individuos y sociedad, en virtud de dar unos primeros pasitos hacia la idea de crecer. ■

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

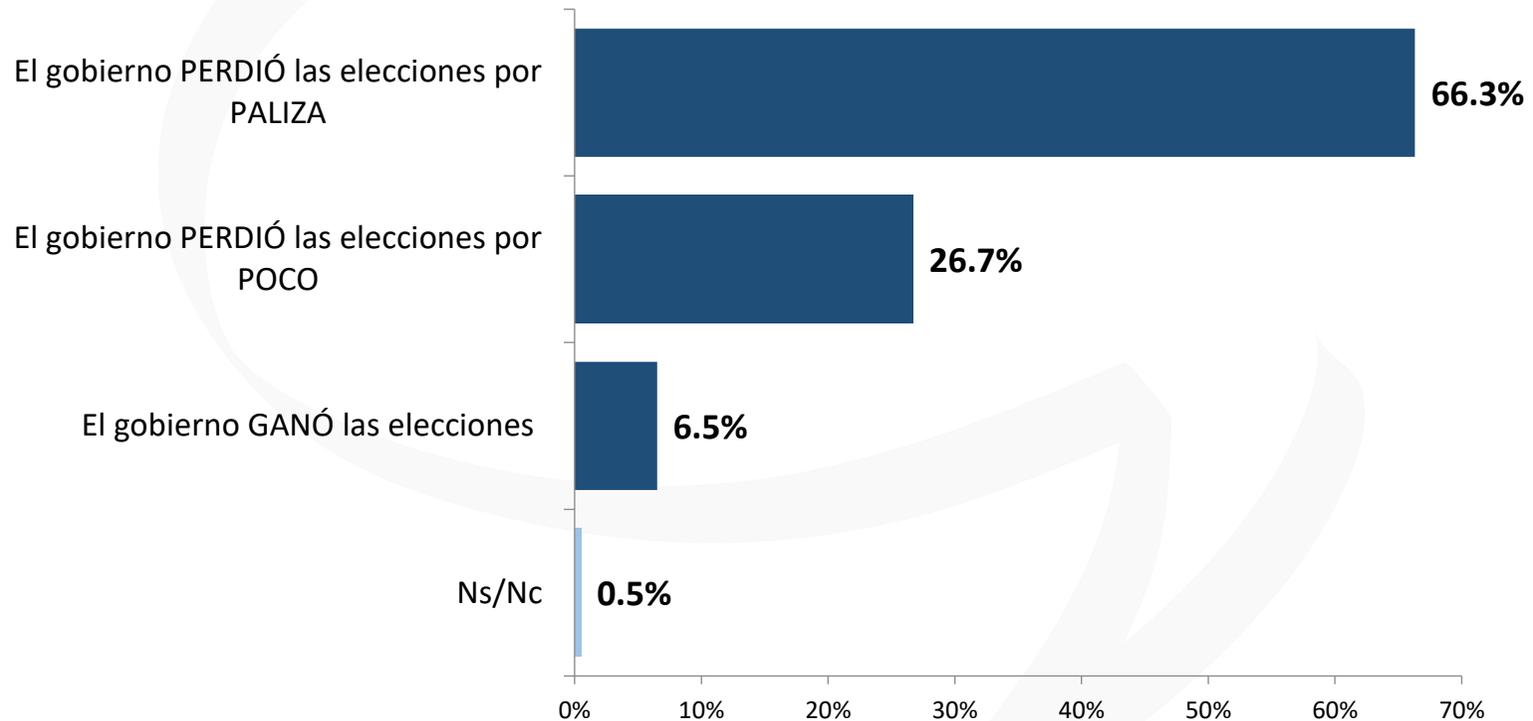
## INFORME MENSUAL PRIVADO

### IMÁGENES



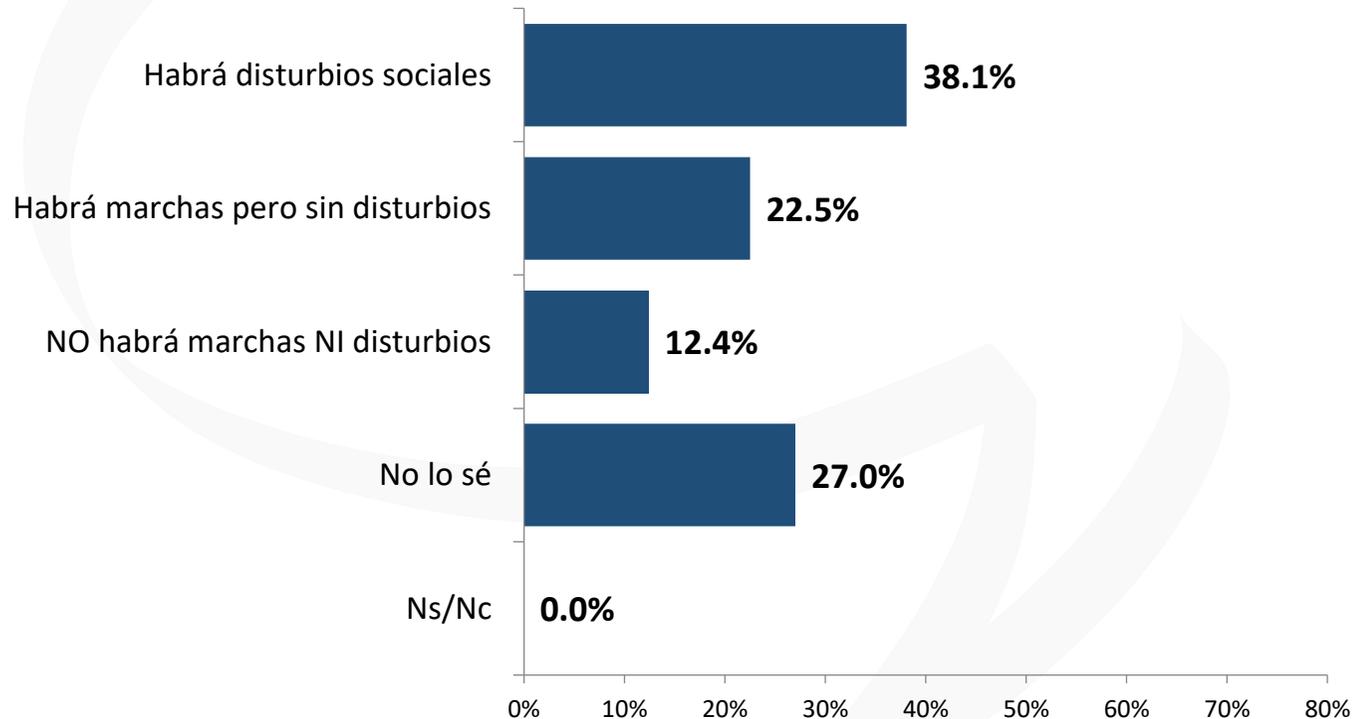
ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## ¿Cuál es su interpretación del resultado de las elecciones 2021?



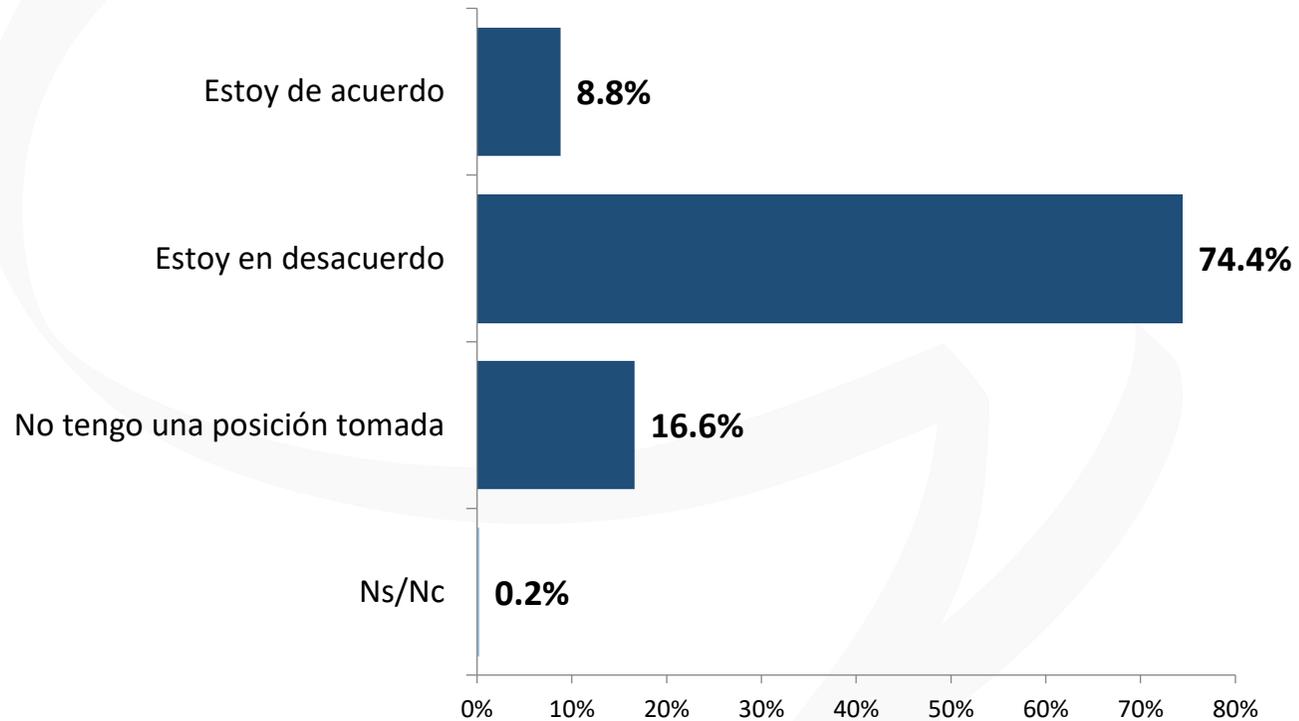
ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## ¿Qué cree usted que sucederá en diciembre?



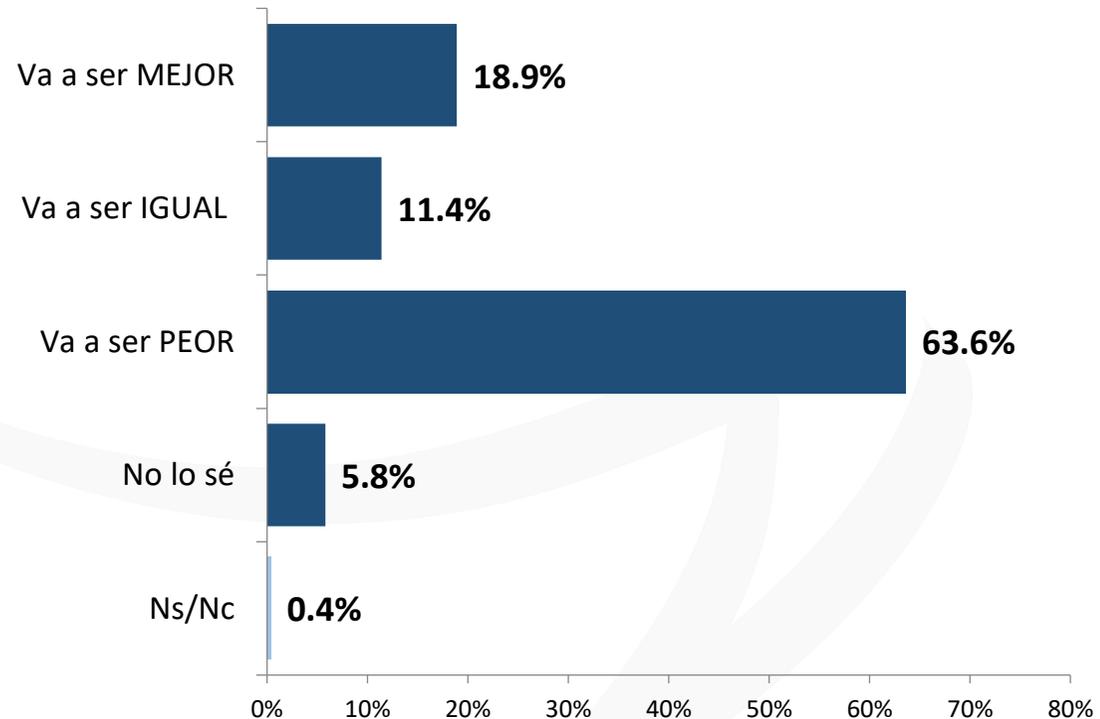
ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## Respecto de la reelección indefinida de los intendentes, ¿Qué opina usted?



ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

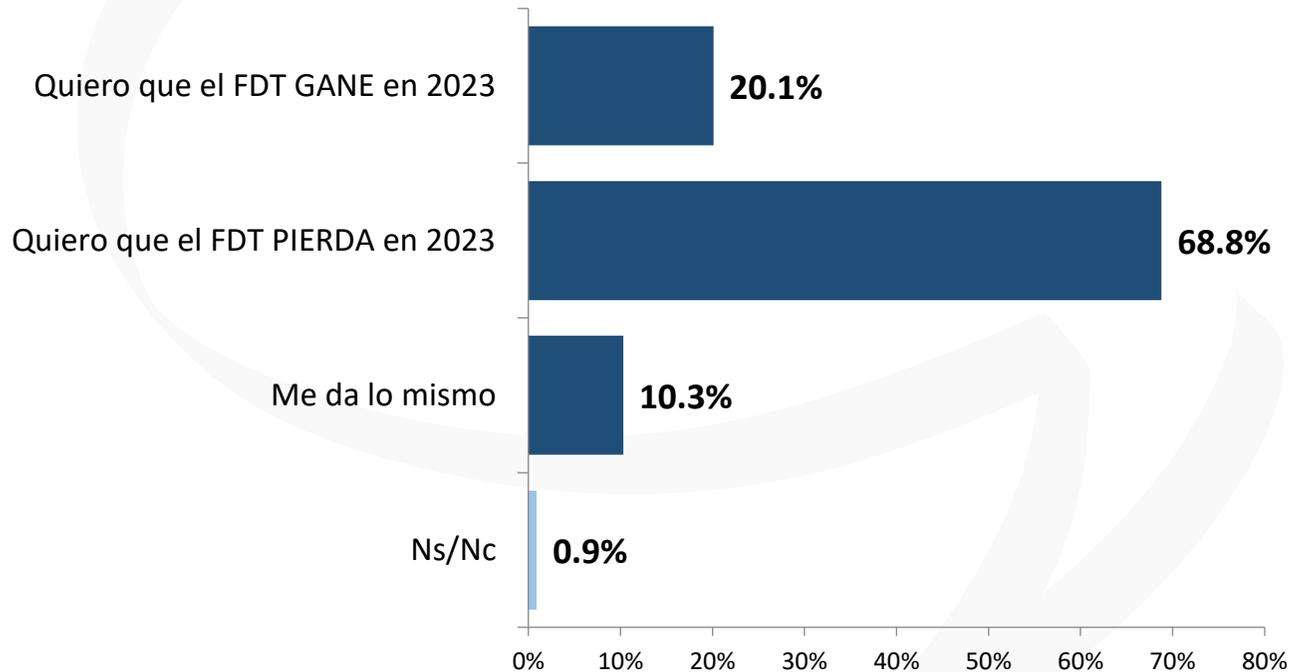
## ¿Cómo cree que va a ser el año 2022 en comparación con el 2021?



ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

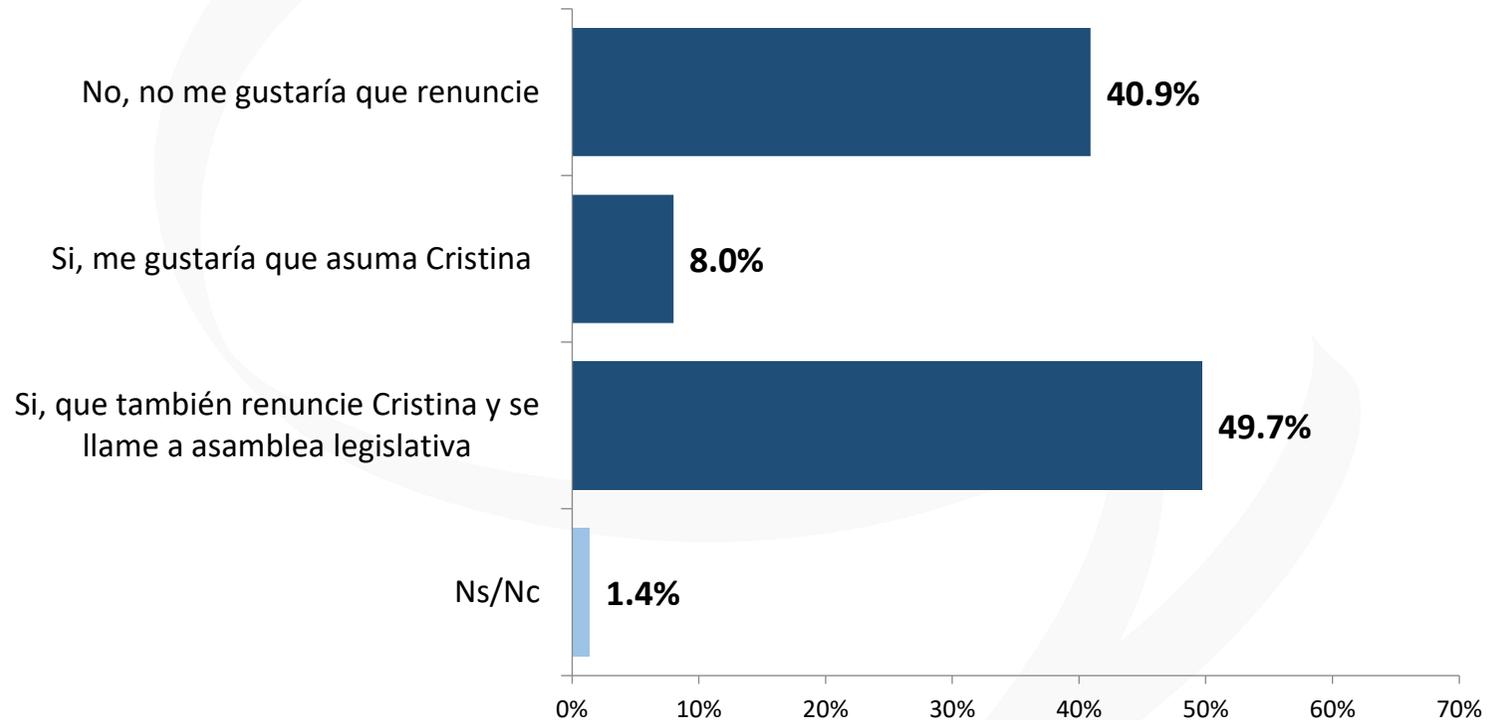


## ¿Cuál es su posición respecto del FRENTE DE TODOS (Kirchnerismo + PJ)?



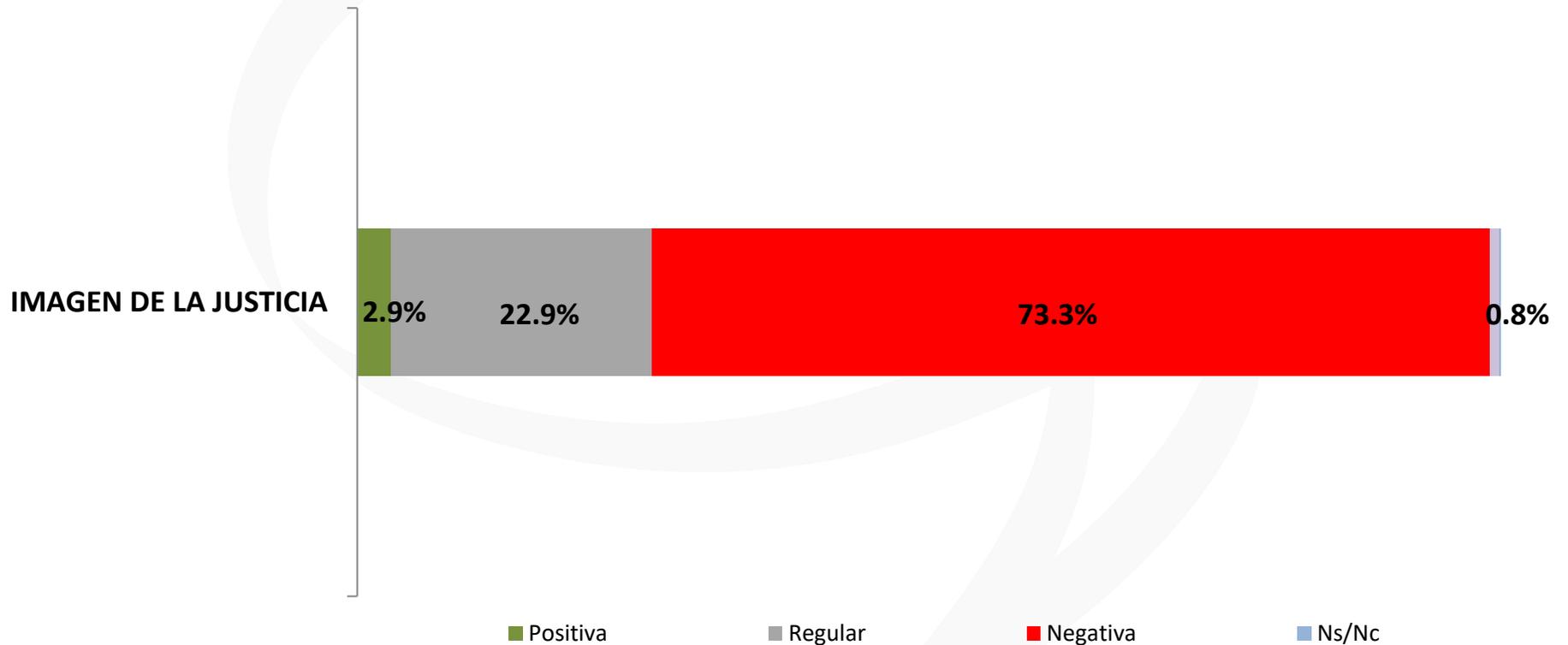
ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## ¿Le gustaría a usted que Alberto Fernández renunciara a la presidencia?



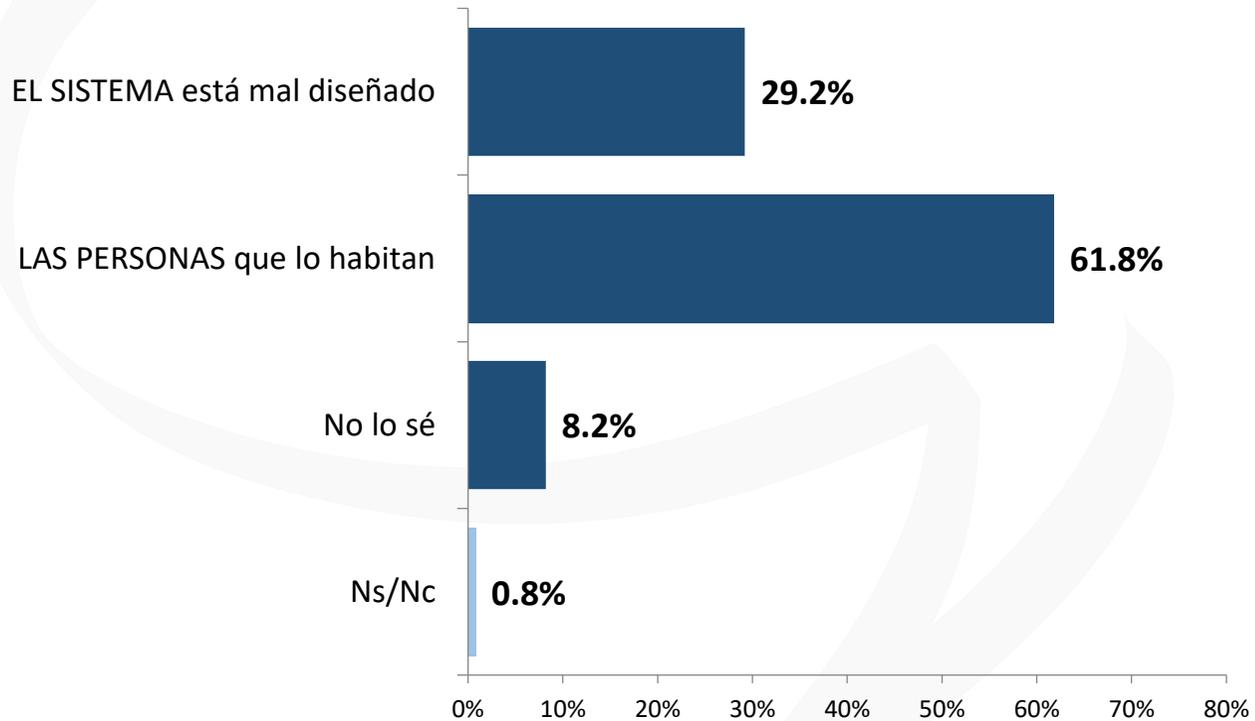
ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## IMAGEN DE LA JUSTICIA ARGENTINA



ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES

## En cuanto a la Justicia ¿Cuál cree usted que es el mayor problema?



ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES





GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

# GANAMOS NOSOTROS O PIERDEN USTEDES

Por Lic. Luis Alberto Mamone  
Director de Giacobbe & Asociados  
Psicólogo



Sin lugar a dudas, nuestra sociedad ha entrado en una trama política absolutamente paradójal.

Se han dejado atrás las famosas elecciones de medio término, tan importantes para la suerte de los argentinos y tan decisivas para el futuro político de nuestros gobernantes. Sin embargo, el saldo que ha dejado el evento ha sido de una gran frustración para todos los participantes, tanto de un lado de la grieta como del otro.

En una cultura electoral imperante donde lo fundamental no es empatizar con un candidato sino conseguir la derrota del “enemigo”, los resultados finales han sido producto de desencanto.

Es que en este universo del relato nadie pierde elecciones en Argentina y todo puede ser explicado en favor del éxito obtenido cualquiera sea el resultado matemático final.

En boca de la candidata provincial del Frente de Todos encontramos un claro ejemplo: “se pierde ganando y se gana perdiendo”. O si se prefiere otra perspectiva, en declamación del presidente Alberto Fernández encontramos algunas sorpresas que nos hacen pensar: “El triunfo no es vencer...”

No es fácil degustar paradojas. Sabemos que una paradoja designa un hecho o una frase que parece oponerse a los principios de la evidencia. Es una construcción supuestamente lógica en la que una proposición aparentemente contradictoria esconde la manifestación de una cruda verdad.

¿Qué hacer frente a la evidencia esquiva? ¿Comunicar para evidenciar una perspectiva nueva o para confundir una triste realidad? Podríamos suponer también que las dos intensiones, en verdad, finalmente son una sola.

El sistema político nos ha enseñado que la comunicación puede ser todo lo que pensemos, menos ingenua o respetuosa.

Los teóricos de la comunicación nos revelan que ésta tiene un nivel de contenido y un nivel de relación (metacomunicación). Este axioma hace referencia a que en toda comunicación no solo es importante el significado del mensaje en sí (nivel de contenido), sino que también es relevante cómo la persona que habla quiere ser entendida y cómo pretende que la entiendan los demás (nivel de relación).

Desde que nacemos, los seres humanos intercambiamos información con el mundo que nos rodea y ‘organizamos’, por decirlo de algún modo, nuestras percepciones de acuerdo a la información que recibimos.





GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

Al relacionarnos, no sólo intercambiamos información acerca de cómo vemos el mundo y de cómo nos vemos a nosotros mismos, sino, también, solicitamos información acerca de cómo nos ven los otros.

La comunicación, por lo tanto, no se trata solo de administración de información sino también de la forma de **influirnos unos a otros**. Dicho crudamente la comunicación vincula con el poder, lo cual significa que tiene fuerza de daño, deterioro y alteración.

El vínculo que se establece entre los gobernantes y los ciudadanos se realiza bajo los parámetros de un sistema de poder y jerarquía predominante. Pero la dinámica de este juego direcciona tanto para un lado como para el otro.

Desde el polo gobernante aprovechando los dispositivos de mando, que incluyen canales formales y oficiales.

Desde el polo de la opinión pública induciendo a nuevas configuraciones sociales de resistencia y desautorización en cuanto a representación política.

Las tensiones se conjugan día a día con el humor reinante en cada coyuntura. Las consecuencias están a la vista.

Desde hace mucho tiempo la animosidad de la población con sus políticos es uno de los principales problemas nacionales, a medida que pasan los tiempos y las legislaturas, esta brecha cada vez más se convierte en abismo, y resulta difícil vislumbrar cambios sustanciales a corto o mediano plazo.

Los discursos ultra elaborados, filtrados por la imagen, apoyados por el marketing, bien cargados de una impecable puesta en escena y cribados por una estrategia que intenta tocar “la fibra” más sensible y maniquea de los ciudadanos son ineficientes y carecen de sentido.

Las pinturitas y las siliconas ya no sirven para enamorar.

En la Argentina de hoy impera el reino de la desconfianza. La opinión pública no se ofrece a la recepción de los discursos sin filtros ni resguardos.

Las crónicas de sobrevivencia dicen que trata de establecer en primera instancia la honestidad del orador y su relación con el poder, cosa nada fácil, y luego si todo cuadra satisfactoriamente, empieza a decodificar el mensaje. Se centra invariablemente en el contexto antes que en el texto.

Pero todo esto no es nada sencillo. El supuesto “receptor” debe desconsiderar como central el discurso que está escuchando, debe preguntarse por las actitudes que subyacen en el emisor, indagar las intenciones no desveladas que puedan estar ocultas detrás del texto, concentrarse a los comportamientos o hechos probados de los interlocutores, cuestionar el afán del orador por “inmovilizarlo” en su discurso, aunque solo sea enmarañar su propio pensamiento, testear el uso de vocablos sublimes con los que intenta ensalzar el encadenamiento de la intervención, comprobar la exactitud de las respuestas ante preguntas que busquen deshacer todo lo anterior, concluir si lo que oye se lo cree o no, sin necesidad de apoyarse argumentalmente.





GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

Cuando la relación de poder del que emite el mensaje le impide al receptor discernir y hablar de la contradicción imperante en el argumento y esto se perpetua en el tiempo nos encontramos en riesgo social. Y no siempre suenan las alarmas.

La teoría del doble vínculo sirve para explicar las condiciones de este riesgo.

El término “doble vínculo”, fue desarrollado por primera vez por Gregory Bateson y colaboradores en el año 1956, como una hipótesis explicativa del fenómeno de comunicación esquizofrénica.

Las condiciones necesarias para que esta comunicación se manifieste son las siguientes: El vínculo en que se manifiesta la comunicación debe ser significativo para las dos partes. Se deben reiterar este tipo de comunicación. Ofrece dos opciones que son contradictorias entre sí, y resulta imposible de resolver en términos lógicos. Genera confusión. Son determinantes, pues no se permite salir del campo de intercambio. Solamente se puede recuperar la libertad de pensamiento si se rompe con el juego y se denuncia la intencionalidad latente.

Si el emisor sustentando poder y control de la información pregunta al receptor ¿ganamos nosotros o pierden ustedes? No está preguntando. Está manipulando en favor a su estrategia e intereses. El receptor no tiene alternativas. Elija lo que elija pierde. Pues no hay opción. La única salida posible y la recuperación de su autonomía mental es rompiendo la paradoja. De lo que se deriva que los dobles vínculos no son tan sólo instrucciones contradictorias, sino verdaderas paradojas con ánimo de confundir y de influenciar en la construcción de nuevas realidades.

El tema en cuestión es que podemos encontrar en muchas situaciones “normales” de comunicación estos procedimientos.

Recordemos que nos encontramos en un proceso absolutamente inestable conformado por la influencia de la pandemia reinante y por la gestión del gobierno en curso.

La idea de estabilidad se encuentra en jaque y mucho más. Resulta un desafío enorme revertir esta situación, sin poder hablar de plazos. La sensación amenazante se apropia del humor social, como así también el sentimiento de impotencia.

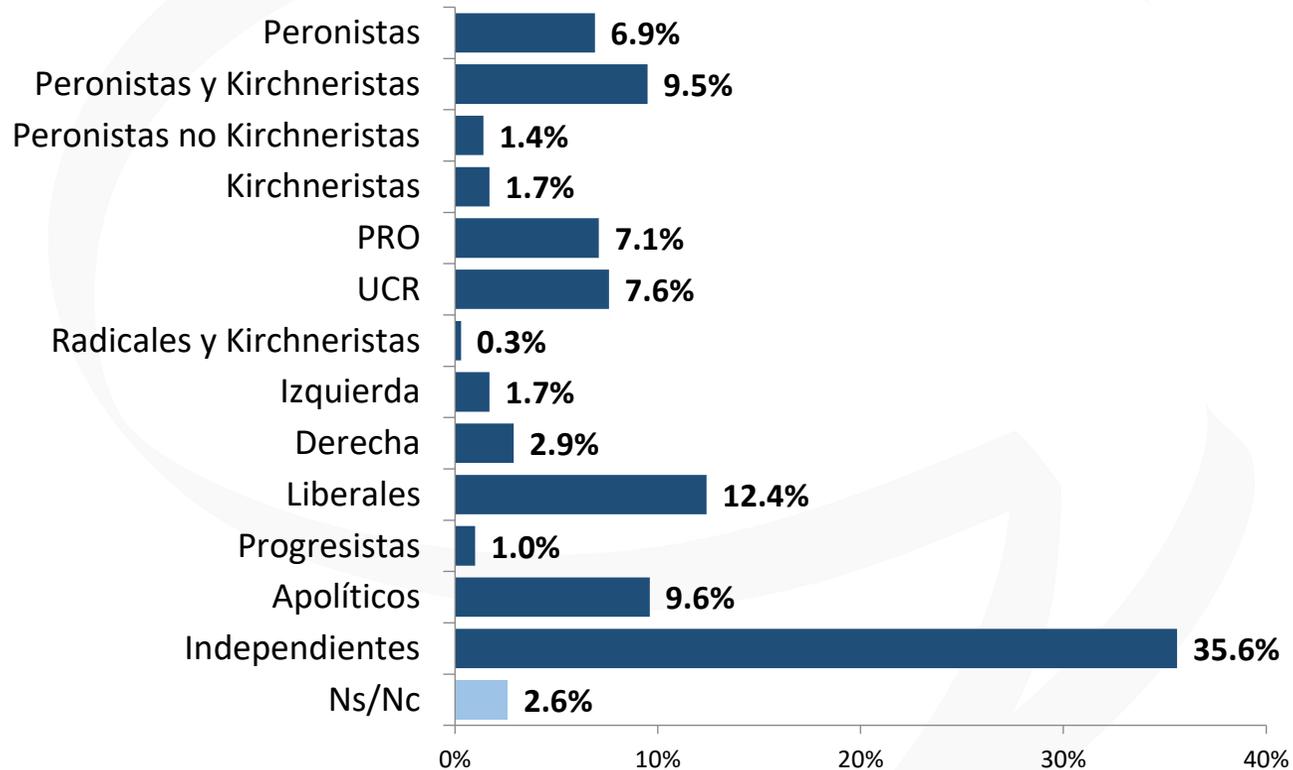
No parece un recurso legítimo generar ilusoriamente islas de certezas positivas cuando se acaba de perder una elección en buena ley. No puede ser más importante la parte, que el todo.

La información directa, clara y confiable permitió enfrentar con éxito el comportamiento preventivo de millones de seres humanos frente al coronavirus. La comunicación es un valor social y cultural. La comunicación salvó muchas vidas de argentinos. La manipulación es otra cosa. ■

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

### ¿Cómo se define usted ideológicamente?



ARGENTINA | 24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021 | 2500 CASOS | **MARGEN DE ERROR 2%** | ENCUESTAS A DISPOSITIVOS MÓVILES



GIACOBBE & ASOCIADOS S.A.

Opinión Pública

# Encuesta de Opinión Pública en Argentina

## INFORME MENSUAL PRIVADO

### FICHA TÉCNICA

#### Área

ARGENTINA.

#### Fecha de realización

24 AL 26 DE NOVIEMBRE DE 2021.

#### Tipo de muestreo

Ajustado por cuotas de género, edad, regiones, secciones electorales de la provincia de Buenos Aires, comunas de la Ciudad de Buenos Aires.

#### Tamaño de la muestra

2500 CASOS.

#### Margen de error

+/- 2%.

#### Modalidad

Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas.

#### Sistema de consulta

Encuestas a dispositivos móviles.