

ESTRATEGIAS POLÍTICAS Y COMUNICACIONALES EN LA ARGENTINA KIRCHNERISTA Y EN EL CHILE DE PIÑERA

Pierre Ostiguy

Resumen

A pesar de su tradición de militancia callejera, en la Argentina se ha canalizado el descontento asociado en otras partes a “los indignados” a través del discurso oficialista Kirchnerista, contribuyendo con ese relato comunicacional de lucha a una relativa paz social. En contraste, a pesar de un bajo nivel de movilización y protesta social en las dos últimas décadas, bajo el gobierno liberal y relativamente poco intervencionista de Piñera estalló en Chile la mayor protesta social de la última generación, vinculada a la educación y con masivo apoyo ciudadano, enfrentando no poca represión.

Palabras clave: indignados, oficialista.

En su campaña presidencial del 2011, Cristina Fernández de Kirchner en la Argentina tomó como blancos de sus críticas, en su estrategia comunicacional, los mismos entes contra los cuales los indignados protestan a través del mundo. Su relato comunicacional y político lo hizo, como desde el 2003 la pareja presidencial lo solía hacer, sin socavar el impresionante crecimiento económico de la República Argentina durante esos mismos años y sin atemorizar más de

Abstract

Despite a tradition of street protest and disorder, the social discontent associated elsewhere with the “indignados” and their claims has been channeled, in Argentina, through the governmental discourse of Kirchnerism, contributing with this particular narrative of struggle to a relative social peace. In contrast, despite a low level of mobilization and social protest during the last two decades, under the liberal and not particularly interventionist government of Piñera, a major wave of “indignant” protest related to education and with massive citizen support, has swept Chile, meeting with not a little police repression.

Keywords: indignados, governmental discourse.

lo necesario, aparentemente, al gran capital y su rentabilidad. Mientras tanto en el mismo año, la vecina República de Chile, caracterizada durante las dos últimas décadas por un muy bajo nivel de movilización y protesta social, estalló en una ola de protesta estudiantil con masivo apoyo ciudadano que paralizó el sistema educativo y a la cual las autoridades confrontaron con un uso notablemente generalizado de gases lacrimógenos. No es que, durante aquel periodo, los



Protestas en Chile contra las políticas de educación.

argentinos se habían caracterizado particularmente por su docilidad social y callejera; mientras que hasta el año pasado, hubiera parecido que la política popular había casi desaparecido del escenario chileno, con una población aparentemente más interesada en los shoppings que en el “que se vayan todos” argentino y su seguidilla de escraches, piquetes, y cortes de rutas intempestivos.

La receta comunicacional, creemos, reside en la canalización de la indignación —muy real en la Argentina— de parte del Kirchnerismo oficialista, que se presenta a sí mismo como el David en contra de los Goliath del FMI, de las Fuerzas Armadas y de las “represivas” fuerzas policiales propias, de los acreedores internacionales y los grandes bancos, de los conglomerados de la soya y ahora, por qué no, de la propia Repsol española que expoliaba sin invertir. La lucha, pues, es una sola. Esta estrategia se ha traducido, con los años, en una desaparición progresiva de esa misma lucha, a nivel callejero.

La situación ha sido simétricamente al revés en Chile, donde un gobierno no particularmente intervencionista en la política doméstica ha dado lugar a la más grande ola de gruña, descontento e indignación vista en toda una generación. El “hacer nada” (o relativamente poco) no es en esos años la mejor estrategia política o comunicacional. El llamado al diálogo, en

el cual en realidad se dialoga muy poco (y se negocia menos aún), tampoco canaliza ese descontento. La “lucha oficialista” por ser ausente revive en la calle. El escenario llama aún más la atención cuando el Presidente en Nueva York retoma para sí los objetivos de la protesta social, aparentemente muy legítimos, solamente para contradecirlos de regreso al país.

La estrategia argentina kirchnerista no es solamente comunicacional, sin embargo, aún el así llamado “relato” juega un papel central y poco visto en otros países; sino también ampliamente política. El gobierno de Néstor Kirchner, en vez de reprimir el violento movimiento de los piqueteros, desempleados, particularmente fuerte a principio de la década (o de ignorarlo, de modo pasivo y “liberal”), los invitó más bien a formar parte del gobierno nacional. Jorge Ceballos, líder de Barrio de Pie, se transformó en un burócrata piquetero, Director Nacional de la Asistencia Comunitaria, bajo la Ministra Alicia Kirchner, hermana del Presidente. Luis D’Elia, un indignado no tímido si los hay, llegó a ser diputado y formó parte en su momento del elenco selecto del gobierno Kirchner. Hasta se llegó a usar sus talentos callejeros en contra de oponentes de derecha del gobierno. Sin embargo, lo que podría parecerse a una estrategia lisa y llana de cooptación al viejo estilo PRI fue más bien, en realidad, una integración política que preservó la identidad original de las organizaciones, sus metas y aún su modo de operar.

Mientras tanto, de hecho se marginalizaba las facciones más radicales e intransigentes. Es imprescindible recalcar que los piqueteros, versión argentina local (en aquella época) de los indignados movilizados, nunca fueron parte de la coalición peronista original de Kirchner en el 2003 ni del Frente para la Victoria. Es decir, en otras palabras, lo que llegaba al poder en el 2003 no era un gobierno “popular” que incluyera al modo partidario del PT Brasileño movimientos sociales de protesta, bien al contrario. Y lo mismo pasó de una cierta manera con las militantes organizaciones de derechos humanos en la Argentina. O, ahora olvidado, con el movimiento de empresas recuperadas, en donde “indignados” tomaban las fabricas. La estrategia política y comunicacional jugó en efecto un papel clave.

Casi una década después, el mensaje comunicacional de Cristina Kirchner —política y electoramente— “la profundización del modelo.” Para ponerlo en metáforas (o quizá no tanto), y un poco como en el caso del Comandante Hugo Chávez en Venezuela, su cuerpo presidencial, comunicacionalmente indispensable, se ha convertido en la misma “lucha, indignada”. Mientras que guarde credibilidad, es decir, mientras logra canalizar lo que a nivel mundial son básicamente

las mismas fuentes de descontento, con los mismos “culpables”, no tendrá que temer la ola de indignación que casi sumergió al gobierno liberal de Piñera en Chile. Ni siquiera tendrá que presenciar el mucho más débil “the 99 percent” que irrumpió ese año en varios espacios públicos de EEUU, crítico del (centroizquierdista) Obama que había prometido que “sí, se podía, un cambio en que tú puedes creer”. Allá se perdió un relato, en contraste con aquel, bastante alimentado y todavía vivo, de la pareja presidencial en la Argentina.



Pierre Ostiguy

Instituto de Ciencia Política, Universidad Católica de Chile.

postiguy@uc.cl



Máster Universitario Gobierno, Administración y Políticas Públicas

Tu futuro profesional en:

 Comunicación de
Instituciones y
Administraciones

 Formulación
y Gestión de
Políticas Públicas

 Gobierno y Alta
Administración
Pública