

Parlamentarias 2009: Añejas palomas

Carlos Correa B. (*) El Mostrador - 10 de Diciembre de 2009

La campaña parlamentaria, hasta ahora en un segundo plano, ha alcanzado ribetes noticiosos inesperados. Por un lado, ante una presidencial alargada a una segunda vuelta habrá expectación ese día en relación a algunos resultados como las senatoriales de la III Región y en la Novena Norte, o las candidaturas a diputados de Providencia, Las Condes, Estación Central o Quilpué, donde están juego importantes figuras políticas. En ese mismo lado también será una noticia como le irá a los candidatos que han desafiado el binominal yendo fuera de pacto. Como probó amargamente el Ministro de Hacienda en la pasada discusión presupuestaria, la república parlamentaria ya está en marcha.

Pero la otra arista noticiosa han sido los enfrentamientos callejeros entre brigadistas y las querellas y acusaciones mutuas entre candidatos de la misma coalición.

El binominal ha extremado su crueldad, las peleas intensivas son al interior de las coaliciones, que apoyan el mismo candidato presidencial, y en teoría debieran defender un mismo programa. En ese escenario, el esfuerzo del candidato debiera ser por diferenciarse de su compañero de lista, mostrar a los partidarios de la coalición que es el mejor representante de ella y a los indecisos que es una alternativa válida y confiable más allá de las preferencias políticas. Pero esta guerra no ha ocurrido en el escenario lógico que es el foro público, sino en la propaganda visual de la calle, que debiera ser apoyo y no lo principal en una campaña electoral. Según los registros de la prensa, se han registrado incidentes por lo menos en 15 distritos, lo que representa la cuarta parte del territorio, y se han dado con particular crudeza en las zonas densamente pobladas, y asombrosamente, en los distritos donde los electores tienen mayor acceso a los medios de comunicación y por tanto a los mensajes de los candidatos.

Llama la atención que las frases de muchos de los candidatos corresponden a funciones que la Constitución chilena no otorga a los parlamentarios sino al Poder Ejecutivo y las municipalidades.

Una primera explicación es la que han dado algunos comandos: ya no existen los activistas voluntarios, sino profesionales de la propaganda callejera y que estos incidentes corresponden a una guerra entre las distintas empresas, que el asunto está fuera de control de los candidatos y sus comandos, produciéndose un fenómeno de agente principal, donde los intereses de los operadores de la propaganda callejera es adueñarse del territorio, mientras que los de los candidatos es lograr una mejor percepción por parte de los electores.

Si bien puede darse esta situación, hay otra tesis que vale la pena reflexionar: el desprestigio de la función parlamentaria hace que lo más fácil sea apostar a la sensación ganadora y sin duda a la recordación de marca y asociación de su nombre con marcas más reconocidas. De hecho no es casualidad que todos los parlamentarios de la Alianza salgan en sus posters con Piñera, buena parte de los candidatos de la Concertación y varios comunistas con la Presidenta Bachelet. También llama la atención que las frases de muchos de los candidatos corresponden a funciones que la Constitución chilena no otorga a los parlamentarios sino al Poder Ejecutivo y las municipalidades.

Esto hace que los candidatos a parlamentarios, salvo excepciones, les cueste más hacer ver los atributos asociados a su marca, y más aún, el atributo que permita diferenciarse de su compañero de lista, hablando en términos de marketing. Esto es dramático para figuras emblemáticas de la Alianza por Chile que se disputan los distritos más pudientes de Santiago, que no han sido capaces de comunicar a la ciudadanía el rol que juegan dentro de sus coaliciones y por tanto han apelado al recurso fácil de la saturación excesiva de los espacios públicos.

Una situación similar ocurre en la Concertación en distritos de clase media como Peñalolén o Melipilla, por mostrar dos distritos donde la disputa electoral ha sido con un fuerte componente territorial, la imposibilidad de mostrar a los electores del nicho concertacionista cuál es la razón por la cual votar por uno u otro lleva a esta carrera de palomas con altos costos para ellos y un sinnúmero de externalidades negativas para los distritos a los que pretenden representar.

Una reflexión que habrá después de esta elección es el poco uso que han hecho los candidatos de las nuevas tendencias en marketing que han imperado y que en otras dimensiones se han traspasado al mundo político. Conscientes que en el ruido mediático que vivimos hoy es muy difícil transmitir mensajes directos y claros dando razones por las que votar, se hacen necesarios otros medios de comunicación entre los que se incluye desde el antiguo puerta a puerta hasta intervenciones públicas amistosas con la comunidad como han hecho varias marcas al organizar maratones. ¿Por qué los candidatos de perfil más ecologista no han organizado siembras masivas de árboles, o quienes se preocupan por la seguridad en vez de contratar vándalos callejeros no han organizados con los vecinos acciones de ocupación de espacios públicos?

El uso de las herramientas tecnológicas por parte de los candidatos ha sido muy pobre, varios de ellos entienden la comunicación electrónica con la presencia de una página web estática que es una versión informatizada de sus palomas y quienes se han atrevido a usar twitter o facebook lo usan como megáfono o transcriptor de sus consignas y no interactúan mayormente con sus electores o con el público en general. Como siempre es bueno destacar las excepciones, valoro enormemente en este tema a Nelson Ávila, Marco Enríquez-Ominami y Cecilia Morel.

Más aún, son pocos los candidatos que han dicho claramente como votarán en temas claves como la reforma constitucional, las modificaciones necesarias al estatuto docente, la deuda histórica de los profesores, la modificación al marco regulatorio para incorporar energía nuclear, la reforma tributaria necesaria para financiar la ampliación de la red de protección social, su posición respecto de la píldora del día después en los consultorios entre otros tantos temas que si han aparecido en las propuestas presidenciales y que serán los temas que se discutirán en los próximos cuatro años.

En vez de ello, los candidatos han recurrido a las añejas palomas, con la vieja estrategia de saturación visual, muchas de ellas con un diseño que raya en el mal gusto, en las cuales son muy pocos los que muestran su afiliación política y ninguno cuál es su posición en los temas que forman parte de la agenda de los candidatos y de los temas de los cuales tendrán que pronunciarse. Sin duda que esta misma campaña no contribuye en modo alguno a resolver el gran problema del Parlamento que es su baja validación por parte de la opinión pública.

() Analista electoral de Imaginación Consultores
<http://papelcero.blogspot.com>*



Información disponible en el sitio ARCHIVO CHILE, Web del Centro Estudios “Miguel Enríquez”, CEME: <http://www.archivochile.com> (Además: <http://www.archivochile.cl> y <http://www.archivochile.org>). Si tienes documentación o información relacionada con este tema u otros del sitio, agradecemos la envíes para publicarla. (Documentos, testimonios, discursos, declaraciones, tesis, relatos caídos, información prensa, actividades de organizaciones sociales, fotos, afiches, grabaciones, etc.) Envía a: archivochileceme@yahoo.com y ceme@archivochile.com

NOTA: El portal del CEME es un archivo histórico, social y político básicamente de Chile y secundariamente de América Latina. No persigue ningún fin de lucro. La versión electrónica de documentos se provee únicamente con fines de información y preferentemente educativo culturales. Cualquier reproducción destinada a otros fines deberá obtener los permisos que correspondan, porque los documentos incluidos en el portal son de propiedad intelectual de sus autores o editores. Los contenidos de cada fuente, son de responsabilidad de sus respectivos autores, a quienes agradecemos poder publicar su trabajo. Deseamos que los contenidos y datos de documentos o autores, se presenten de la manera más correcta posible. Por ello, si detectas algún error en la información que facilitamos, no dudes en hacernos llegar tu [sugerencia / errata](#).