

ARGENTINA - Que bajen las aguas: #CAMBIEMOS de estrategia

Gisela Brito, CELAG

Martes 22 de marzo de 2016, puesto en línea por [Françoise Couëdel](#)

15 de marzo 2016 - [CELAG](#) - A tres escasos pero intensos meses del inicio del gobierno de Mauricio Macri en Argentina, se vislumbran cambios en la estrategia política a los que hay que prestar especial atención. Éstos pueden dar pistas sobre los mecanismos de amoldamiento de las nuevas derechas a la hora de ejercer el poder y construir legitimidad. El caso argentino puede ser paradigmático en este sentido, ya que desde el inicio del ciclo progresista en América Latina es la primera vez que un proyecto neoconservador se impone en las urnas desbancando a un gobierno nacional-popular.

Como en una carrera contra el tiempo, el 10 de diciembre de 2015 el PRO puso en marcha noventa días de shock. Impulsado por el favorable viento de cola de la elección, y los altos índices de aprobación con que todo gobierno asume, Macri implementó un cóctel de medidas impopulares: uso y abuso de los decretos y otras medidas arbitrarias en contra de la institucionalidad vigente, devolución de favores a las grandes corporaciones con la desregulación de la concentración de los medios de comunicación y la quita de retenciones al sector agroexportador y minero, despidos masivos en el sector público, represión de la protesta social, aumentos desmesurados en las tarifas de los servicios públicos y una larga lista de etcéteras.

Este primer momento se apoyó en dos subgrupos dentro de los votantes de Macri en la segunda vuelta: un pequeño núcleo duro que avalaría cualquier política con tal de desterrar para siempre al kirchnerismo, y otro grupo que posiblemente se siente inmune a las consecuencias de un ajuste económico y valora sobre todo las promesas de libertad de consumo, compra de divisas ilimitadas, etc... Hay que recordar que en esta primera etapa, una de las medidas mejor valoradas fue la “liberación del cepo cambiario”, que en el imaginario social había sido traducido como un ataque insoportable a las libertades individuales. Para estos sectores van también dirigidos anuncios de elevar los 300 dólares exentos de impuestos en la aduana por compras en el exterior y el levantamiento de las restricciones en las importaciones minoristas directas.

Pero no se puede gobernar sólo atendiendo al núcleo duro y a velocidad de shock económico todo el tiempo. Pasados tres meses, la “luna de miel” de los ciudadanos con el nuevo gobierno comienza a mostrar signos de agotamiento. El sondeo del humor social y la radiografía constante del electorado son una variable fundamental para el PRO, y algunos datos comienzan a encender señales de advertencia (aunque todavía más incipientes de lo que quisiera la oposición): la aprobación del presidente comienza a decrecer muy levemente, mientras aumenta la porción que se declara opositor al gobierno [1], además de crecer la identificación de Cambiemos como un gobierno para las “clases altas” [2].

Por eso, la última gran ofensiva que cerrará el periodo de noventa días de shock es la aprobación de un nuevo ciclo de endeudamiento externo a partir de la derogación de la Ley Cerrojo y la Ley de Pago Soberano que ya se discute en el Congreso. Con eso habrá “colchón” suficiente para ir tirando los próximos meses: se favoreció ampliamente a todos los sectores concentrados de la economía (grupos mediáticos, grandes productores agrícolas, fondos buitres). Luego se abrirá para Cambiemos un periodo de recomponer adhesiones en otros sectores sociales. ¿Cómo? Despegándose de la idea de que es un gobierno que favorece solo a las clases altas, porque a la larga eso podría repercutir en términos electorales (la próxima prueba de fuego serán las legislativas de 2017) y comenzando a construir legitimidad a partir de medidas más moderadas dirigidas más allá del núcleo duro de sus electores (o

soportes corporativos).

El discurso fundacional del 1 de marzo en el inicio de las sesiones legislativas marcó dos objetivos claros sobre los que se moverá la estrategia PRO: 1) impugnar al kirchnerismo y legitimar las políticas de ajuste económico en la “pesada herencia” dejada por el gobierno anterior; y 2) construir adhesión a partir de medidas de mejor impacto social. En este sentido, el 1 de marzo se anunció la quita del IVA a productos de consumo básico y la ampliación de las asignaciones familiares. Objetivo final: instalar en el imaginario social un relato que permita ligar simbólicamente el cóctel de medidas de los primeros tres meses a la “pesada herencia” y lentamente ir desprendiéndose de esa imagen de ajustadores seriales para llegar a 2017 con una imagen más conciliadora.

En definitiva, tras noventa días de shock ahora parece ser momento de calmar las aguas y terciar el aire con una serie de medidas que generen un consenso más transversal. Todo indica que se iniciará un periodo de construcción de legitimidad entre otros sectores sociales, lo cual por supuesto no implica que no se continuará con las políticas económicas de ajuste y medidas represivas contra las clases medias y los sectores populares, sino que el foco no estará puesto solo ahí. En esta clave deben entenderse los anuncios recientes en el área de derechos humanos, que se suman a las medidas económicas anunciadas el 1 de marzo: recibimiento por parte del presidente a Estela de Carlotto, presidenta de Abuelas de Plaza de Mayo; anuncio de solicitud oficial de desclasificación de archivos secretos de EEUU vinculados con la última dictadura militar (previsto para la visita de Obama a Argentina); y declaraciones del secretario de DDHH respecto de que “no hay posibilidad de que se detengan los juicios a militares”.

Con estos y otros “matices”, el gobierno del PRO buscará un retorno simbólico a la propuesta atrayente y amistosa de la campaña electoral. El nuevo gobierno puede tener muchos defectos -carecer de cuadros suficientes e impericia política en algunos casos- pero entre ellos no se cuenta el de la improvisación. Existe una planificación sistemática tanto en la construcción de la imagen y el discurso como en el voltaje de las políticas. Otra cosa es que esa planificación de resultados efectivos en el mediano plazo. El marketing político no siempre es capaz de suturar las grietas que se producen entre el relato y la realidad social-económica.

@giselasbrito

<http://www.celag.org/que-bajen-las-aguas-cambiamos-de-estrategia-por-gisela-brito/>

Notas

[1] Encuesta Dicen, marzo 2016, <http://es.scribd.com/doc/303903522/Encuesta-imagen-de-Gobierno>.

[2] Encuesta Ibarómetro, febrero 2016
<http://es.scribd.com/doc/299329388/Clima-politico-febrero-2016#scribd>.