



Análisis mediático primera quincena de junio 2023

LA CUENTA PÚBLICA DEL PRESIDENTE BORIC SE CONVIERTE EN UNA OFENSIVA COMUNICACIONAL DEL GOBIERNO

Por: Centro de Estudio de Medios

- El control de la empresa de encuestas de opinión pública Cadem por parte del Ejecutivo con contratos millonarios, muestra una actitud activa por usar las herramientas comunicacionales disponibles
- La creación de temor en la población se realiza mediante el posicionamiento de temas que van desde la delincuencia a las enfermedades respiratorias

La cuenta pública del presidente Gabriel Boric fue pensada y presentada como una estrategia comunicacional para lograr tomar el control de la agenda. La autoevaluación del gobierno en el primer año de gestión les indicó que han tenido falencias comunicacionales que no han permitido que “lo obrado llegue al grueso público”; aprovecharían, entonces, el escenario de la cuenta pública y el interés mediático que suscita, para marcar un hito comunicacional. Además, el mismo día del discurso presidencial, Boric se dirigió a los compatriotas en cadena nacional nocturna.

La larga alocución presidencial -mediáticamente sindicada como la más larga desde el retorno a la democracia-, intentó hacer un recorrido por los logros del Ejecutivo en la administración del Estado, sin embargo, no se hace mención en que el programa de gobierno, vencedor en la elección donde Gabriel Boric fue alzado a la primera magistratura, está basado en las transformaciones o reformas profundas del modelo de desarrollo y no en la administración de dicho modelo, esto último fue lo que caracterizó a los gobiernos concertacionistas.

La estrategia política seguida por el presidente de apaciguamiento de la derecha: “dialogar hasta que duela”, renuncia a los principios básicos de la izquierda de poner las contradicciones del capitalismo y del modelo de desarrollo en evidencia frente a los ciudadanos. La intención de insistir en la reforma tributaria desde el Senado, puede significar, como algunos analistas señalaron, “un final abrupto del gobierno de Boric” en vista de realizar su programa de gobierno, al presentar al menos un escenario incierto. El presidente desaprovecha la vitrina de la cuenta pública para presionar a la derecha en el parlamento e indicar que son un obstáculo para la realización del programa.

La aparición de Boric en la cadena nacional estuvo marcada por un nuevo formato donde el presidente aparecía en pantalla tomando un té como si fuese un invitado más al hogar de los chilenos. La actitud conciliadora como estrategia política de Boric contrasta fuertemente con lo hecho por otros presidentes latinoamericanos señalados por el rótulo de “progresistas”. La izquierda en el continente ha estado marcada por el apoyo popular movilizado, es ahí donde históricamente radica su fuerza política ante la carencia de medios de comunicación o la posesión del capital.

En Colombia, el presidente Gustavo Petro ha entendido que para lograr llevar adelante su programa de gobierno necesita el poder popular movilizado: "Creían que el pueblo estaba dormido [...] El pueblo que eligió al presidente sigue con el presidente (...) Hay personas que aún no han leído lo

que significa la decisión popular en las mesas electorales del año pasado, creen que fue simplemente una moda, una fiebre pasajera, un delirio que ya pasó y que dejó a un presidente abandonado en su palacio presidencial, pues hoy decimos, hoy lo decimos con toda claridad, no fue así" (Presidente de Colombia, Gustavo Petro, en masiva manifestación popular en Bogotá, actualidad.rt.com 07/06).

En el caso chileno, la confianza del presidente de la República de revertir la votación sobre la reforma tributaria en el Senado, se convierte en una forma de renunciar definitivamente al programa de gobierno, sin embargo, es preferible una derrota del programa -pero donde claramente queden en evidencia quiénes están detrás-, a llevar adelante un programa en la "medida de lo posible". No renunciar a la movilización social se transforma en la única forma de apoyo sustantivo al programa de gobierno. (A este respecto, se recomienda leer la columna de Pedro Santander en lavozdelosquesobran.cl)

Por otra parte, existe un complemento a la estrategia presidencial de apaciguamiento, un añadido que puede ser considerada un arma comunicacional válida al usar las herramientas del entramado corporativo/comunicacional en provecho propio: "Gobierno regresa con Cadem: Hacienda contrata por \$518 millones a la encuestadora (...) A principios de mayo la cartera de Mario Marcel contrató a la encuestadora presidida por Karen Thal -también presidenta de Icare- por el servicio de 'medición de satisfacción de servicios públicos'. Cadem ganó la licitación por 'experiencia', pese a que su competencia ofertó el servicio por un precio menor" (Interferencia 30/05).

La medida del gobierno respecto a Cadem tuvo un impacto directo y rápido: "La aprobación del presidente Gabriel Boric subió 10 puntos, hasta un 41%, tras la Cuenta Pública efectuada el pasado jueves, según la más reciente edición de la encuesta Plaza Pública de Cadem" (Biobiochile.com 04/01).

Sin embargo, encuestas paralelas que no reciben los estipendios del ejecutivo mostraron una realidad diferente: "Encuesta Critería: aprobación de presidente Boric cae 4 puntos tras cuenta pública y se ubica en 34% (...) La cifra contrasta con los números presentados por la encuesta Cadem el pasado domingo" (La Tercera.com 06/06).

La enorme diferencia entre ambas encuestas crea una contradicción en el entramado mediático/corporativo que degrada la credibilidad de los sondeos y que puede ser usado como una herramienta comunicacional para demostrar cómo opera el sistema, lo que se puede resumir como: *el que paga manda*.

Las encuestas han sido sistemáticamente usadas por los medios como un determinismo para influenciar a los ciudadanos en los hitos electorales a pesar de sus falencias en la metodología o el universo utilizado, convirtiéndose en un factor, muchas veces decisivo, para favorecer a los candidatos apoyados por el sector empresarial.

Por otra parte, Karen Thal, presidenta del directorio de Cadem, durante su discurso en Enade, había mostrado posturas conciliatorias con el gobierno en línea con la estrategia de Boric: "nuestro gran desafío es recuperar el sueño que parece haberse extraviado. El sueño de movilidad social, que aspira a que nuestros hijos estarán mejor que sus padres. El sueño del desarrollo que nos incluya a todos" (Emol.com 20/04).

Otro punto destacado de la agenda fue el uso del miedo como factor modelador de las conductas ciudadanas que pasó desde los hechos delictivos -que han mantenido una tendencia a la disminución mediática-, reemplazado por las enfermedades respiratorias que ha servido a la oposición para criticar al gobierno tras la muerte de un lactante. Personeros como el ex ministro Jaime Mañalich indicaron un panorama aterrador sobre la salud de los niños por el virus sincicial; de cierta forma el tema ha servido como una revancha por las acusaciones hechas a la administración Piñera durante la pandemia.

Finalmente, la forma de gobernar como administrador del Estado no ataca el problema de fondo de la crisis política chilena, solamente la enmascara, es así como un estudio realizado por la encuestadora Research muestra que los ciudadanos bajaron dramáticamente el nivel de su confianza en las instituciones: "11 de ellas cayeron más de 20 puntos entre mayo y junio. La lista es liderada por las redes sociales (-34%), los canales de televisión (-30%), los partidos políticos (-29%), el Congreso (-28%) y las isapres (-26%)" (El Desconcierto.cl 09/06).