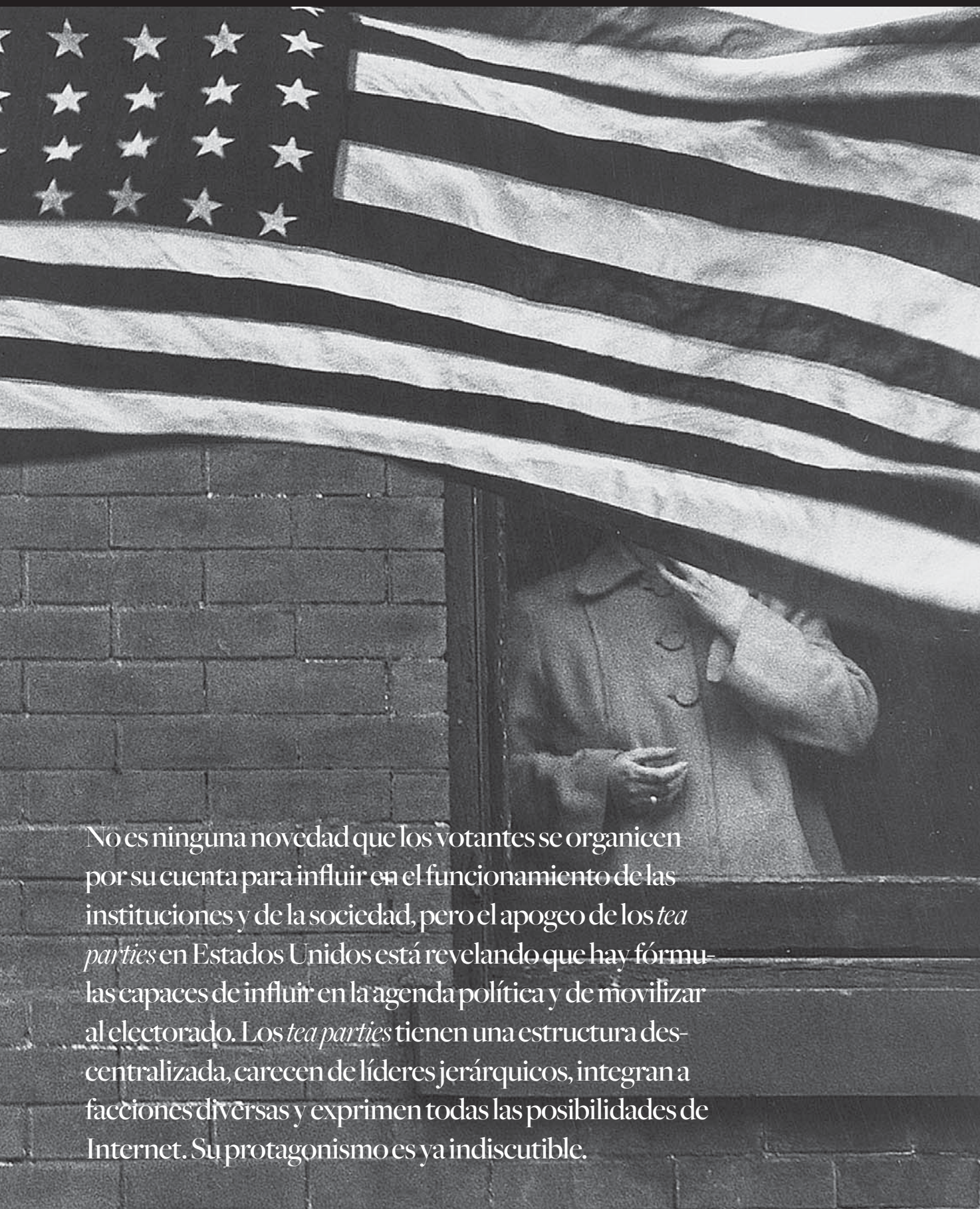


'TEA PARTIES'

POLÍTICA AL MARGEN
DE LOS PARTIDOS

TEXTO *Francisco J. Pérez-Latre [Com 89] y Matías Jové*
FOTOGRAFÍA *Robert Frank*



No es ninguna novedad que los votantes se organicen por su cuenta para influir en el funcionamiento de las instituciones y de la sociedad, pero el apogeo de los *tea parties* en Estados Unidos está revelando que hay fórmulas capaces de influir en la agenda política y de movilizar al electorado. Los *tea parties* tienen una estructura descentralizada, carecen de líderes jerárquicos, integran a facciones diversas y expresan todas las posibilidades de Internet. Su protagonismo es ya indiscutible.



LA PALABRA SHELLACKING PODRÍA TRADUCIRSE al español como sonora paliza. Es el término coloquial que utilizó **Barack Obama** para describir los malos resultados de su partido en las elecciones parciales del 2 de noviembre. El descalabro demócrata no conduce necesariamente al fracaso en las elecciones de 2012 –tanto **Reagan** como **Clinton** sufrieron derrotas en elecciones parciales durante su primer mandato presidencial– pero condiciona el alcance del cambio preconizado por **Obama** y sus efectos en la política norteamericana. En las elecciones de 2008, el apoyo al proyecto liderado por **Barack Obama** fue inequívoco. El candidato del Partido Demócrata obtuvo el respaldo del 52,9 por ciento de los electores –frente al 45,6 por ciento de su rival **John McCain**–, y su victoria se vio reforzada por la expansión de las mayorías demócratas en la Cámara de Representantes y en el Senado.

El cambio no solo se convirtió en el eje central de la campaña de **Obama**. Representaba la piedra angular que daba coherencia interna al relato de su ascenso al poder. A la carga simbólica que suponía ser el primer afroamericano que se sentaba en el despacho oval, se sumaba la victoria en las elecciones primarias sobre el *establishment* del Partido Demócrata, personificado por **Hillary Clinton**, y la esperanza de superar la polarización que dividía a la sociedad norteamericana desde 1992. Su intervención en la Convención Nacional Demócrata celebrada en Boston en 2004 apuntaba ya a un cambio profundo, con el deseo de poner en marcha una nueva forma de hacer política: “No existe una América conservadora y liberal; solo existen los Estados Unidos de América”.

Tras su victoria en las presidenciales de 2008, algunos politólogos rescataron el término *realignment*, usado para definir transformaciones del electorado que pueden marcar tendencias a largo plazo. En la historia moderna de Estados Unidos, *realignment* designa los fuertes movimientos que provocaron las victorias de **Johnson** (1964), **Nixon** (1968) y **Reagan** (1980) aunque, en su sentido estricto, debería limitarse a la victoria de **Roosevelt** en 1932. En círculos “progresistas” el cambio se interpretó como el inicio de un largo periodo de dominio demócrata. En palabras de **George Parwer**, suponía “el completo derrumbe del proyecto que, durante cuatro décadas, había llevado a los conservadores al poder en América” (*The New Yorker*, 26 de mayo de 2008).

En efecto, como describe **José María Marco** en *La Nueva Revolución Americana* (Ciudadela, 2007), a finales de los convulsos años sesenta el Partido Republicano de **Richard Nixon** se convirtió en “mayoría silenciosa” para poner fin a la hegemonía demócrata, que había dominado la política desde la victoria de **Franklin D. Roosevelt** en 1932. Desde entonces, hasta la victoria de **Barack Obama**, tan solo dos presidentes demócratas se sentaron en el Despacho



Oval (**Carter** y **Clinton**, durante un periodo de 12 años), frente a cinco republicanos (**Nixon**, **Ford**, **Reagan**, **George Bush** y **George W. Bush**, un total de 28 años).

Los resultados de las elecciones parciales cuestionaron la trascendencia del cambio liderado por **Barack Obama**. Sin embargo, como subrayó **Karl Rove** en el *Wall Street Journal* un día después de las elecciones, “los votantes no han expulsado a los demócratas porque estén motivados con el Partido Republicano”. Paradójicamente, ha sido el propio **Barack Obama** quien ha logrado resucitar al muerto. El desencanto del electorado norteamericano con las fallidas políticas económicas de su Administración, el aumento del gasto público y la falta de consenso sobre la reforma sanitaria han posibilitado el nacimiento del *Tea Party*: los grandes vencedores de las elecciones; los *tea parties*, en plural, porque este movimiento es local y bastante complejo, distante de la imagen monolítica que a veces se proyecta.

El protagonismo de los *tea parties* en estas elecciones no se deriva únicamente de los resultados electorales. Si es cierto que el apoyo de los *tea parties* ha resultado esencial en algunas victorias del Partido Republicano –**Marco Rubio** en Florida, **Michele Bachmann** en Minnesota o **Rand Paul** en Kentucky–, también lo es que su papel en las primarias apoyando a candidatos conservadores en detrimento de prominentes figuras del *establishment* republicano

ha provocado la pérdida de algunos bastiones republicanos en Nevada, Colorado y Delaware. **Christine O’Donnell** –convertida en toda una celebridad nacional– simboliza bien el riesgo al que se enfrenta el Partido Republicano. La candidata del *tea party* en Delaware ha perdido por un margen considerable un escaño ocupado por el republicano **Mike Castle** durante 18 años.

La verdadera influencia de los *tea parties* radica en su capacidad de influir en la agenda política, establecer los *issues* de campaña y movilizar al electorado norteamericano en torno a un debate que ha estado presente en Estados Unidos desde la época de los padres fundadores.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICA. Que los votantes se organicen para influir en política nacional no es desde luego una novedad. No sería posible entender la historia moderna americana sin hacer referencia al movimiento de los derechos civiles en los años sesenta, a la fuerza del Ku Klux Klan en los tiempos inmediatamente posteriores a la 1ª Guerra Mundial, o a las organizaciones de sufragistas para exigir el derecho de voto femenino. Tampoco es posible entender el ascenso de **Barack Obama** al poder sin referirse a grupos como *Moveon.org*, que, desde el *impeachment* a **Bill Clinton**, canalizaron a través de Internet el ala más progresista de la izquierda norteamericana. *Moveon.org* impulsó la campaña de un casi desconocido

Páginas 32-33:
Desfile. Hoboken,
Nueva Jersey.

Página anterior:
Rodeo.
Nueva York.

Sobre estas líneas:
Cóctel.
Nueva York



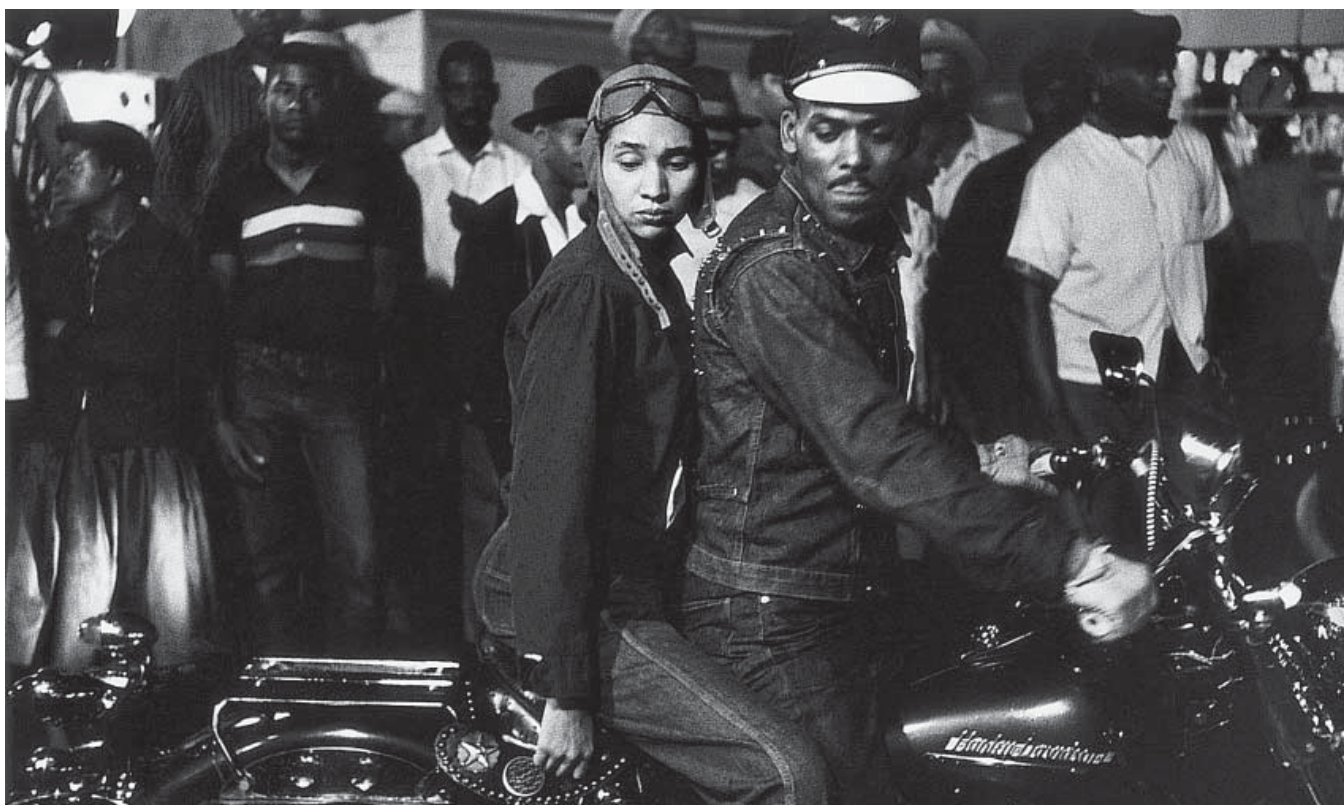
Tranvía.
Nueva Orleans.

Howard Dean en las primarias del Partido Demócrata en 2003. Su apoyo resultó crucial para que **Joe Liebermann**—máxima figura del sector moderado del Partido Demócrata— perdiera las elecciones primarias en el estado de Connecticut, frente al multimillonario progresista **Ned Lamont**. Este movilizó a través de un discurso radical, y por tanto muy identitario, a las bases demócratas que, tras los atentados del 11-S, habían visto sus demandas ignoradas por una espiral del silencio que apoyaba, como hacía **Liebermann**, al comandante en jefe. En 2008, *Moveon.org* volvió a aparecer para apoyar la candidatura de **Barack Obama** frente a la de **Hillary Clinton** en las elecciones primarias, y proporcionó la base (y la financiación) para proyectar su mensaje político.

El origen de los *tea parties*, como había ocurrido en Estados Unidos con otros movimientos sociales, responde también a la existencia de una identidad fuerte y a la ausencia de representación de sus intereses en los cauces tradicionales de participación política, en este caso, a cargo del Partido Republicano. Como en el caso de *Moveon.org*, se trata de un fenómeno de insurgencia típico de Internet: un conjunto de grupos locales organizados con ayuda de las redes sociales y otras tecnologías de la comunicación. Lo que diferencia los *tea parties* de los anteriores movimientos sociales es su estructura descentralizada, sin líderes jerárquicos, capaz de integrar diversas facciones y de englobar múltiples iniciativas.

JEFFERSON CONTRA HAMILTON. Los *tea parties* configuran un movimiento populista, conservador y al mismo tiempo libertario, típicamente estadounidense. Reflejan, entre otras cosas, una apuesta por rebajar impuestos y limitar el papel del Gobierno federal en beneficio de los estados. Varias encuestas realizadas durante convenciones de *tea parties* en diversos estados coinciden en que su composición es tremendamente heterogénea y engloba diversas sensibilidades políticas, posicionamientos ideológicos e historiales de voto. Algo más de la mitad se consideraría parte del movimiento conservador americano y cerca de la mitad mantendrían posturas que se podrían calificar como libertarias. En rigor, sus intereses compartidos se limitan a frenar el gasto público, reducir el tamaño del Gobierno federal y su oposición a la reforma sanitaria liderada por la Administración de **Obama**.

Este debate entronca con una tradición que se remonta por lo menos a **Thomas Jefferson** (1743-1826), el principal redactor de la Declaración de Independencia y que se ha visto replicado, con mayor o menor intensidad, a lo largo de la historia de Estados Unidos. Como saben todos los que han visto la excelente serie *John Adams* (2008), emitida por HBO, los “padres fundadores” de Estados Unidos no tenían una sola visión de las funciones del estado. Federalistas y anti-federalistas se enfrentaron duramente en las últimas décadas del siglo XVIII. El debate tuvo como protagonistas a dos de los principales personajes del mo-



Motoristas.
Indianápolis.

mento: **Alexander Hamilton** y **Thomas Jefferson**. **Hamilton** era de origen humilde, pero desarrolló una visión del mundo urbana y cosmopolita. Después de ser mano derecha militar de **George Washington** durante la Guerra de la Independencia, fue nombrado Secretario del Tesoro de la incipiente república. **Hamilton** abogaba por un ejecutivo central fuerte que estimulase el gobierno y la industria; creó un banco central federal para difundir el crédito; y estableció tarifas proteccionistas que desarrollaron la producción nacional haciendo más caras las importaciones. **Hamilton** era, podríamos decir, un proteccionista brillante. **Thomas Jefferson**, en cambio, desconfiaba de un gobierno central fuerte y abogaba por una república “virtuosa” controlada por la sociedad y mantenida por granjeros. Para **Jefferson** era mejor repartir el poder entre los estados y entidades locales. De este modo, se aseguraba la protección de los derechos individuales contra la tiranía, su mayor preocupación. **Jefferson**, principal redactor de la Declaración de Independencia, rechazó de manera explícita el endeudamiento que las siguientes generaciones padecerían en forma de impuestos. Se oponía a la creación de un banco federal porque la Constitución no lo autorizaba explícitamente y recelaba de cualquier iniciativa que pudiera aumentar el papel del Gobierno.

Los *tea parties* son precisamente una reacción ante el protagonismo cada vez mayor del Gobierno la vida de los norteamericanos. La expresión *tea party* se re-

firió al *Tea party* de Boston (16 de diciembre de 1776), un conocido episodio de la etapa prerrevolucionaria, cuando los colonos destruyeron las cargas de té británico, manifestando su rechazo a un impuesto que consideraban contrario a sus derechos de representación política (el célebre “*no taxation without representation*”). Desde entonces, el *tea party* ha sido frecuentemente utilizado por quienes protestaban contra los impuestos. Más recientemente, en 2008, los partidarios de **Ron Paul**, un congresista republicano, lo conmemoraron en un evento que defendía la desaparición de la Reserva Federal y solicitaba respeto los derechos de los estados.

Es necesario aclarar que los *tea parties* no son un partido político, no presentan oficialmente candidatos al congreso, y su nombre no ha aparecido todavía en ninguna papeleta electoral. Los *tea parties* no tienen un liderazgo nacional, sino que funcionan como red de grupos locales que en ocasiones se coordinan. Entre ellos se incluyen “Tea Party Patriots”, con más de 2.800 grupos afiliados; “Nationwide Tea Party Coalition”; “Tea Party Express”; “Tea Party Nation”, que patrocina la Convención Nacional del *tea party*, un evento con gran repercusión en el 2010; “National Tea Party Federation”, o el “Tea Party Caucus”, fundado en el Congreso por la congresista **Michele Bachman**. Desde luego, no parece un movimiento perfectamente unificado o monolítico. Algunos, como el “Tea Party Express”, han apoyado explícitamente



ROBERT FRANK

El autor de las fotografías que ilustran estas páginas, extraídas de su libro *Los Americanos*, nació en Suiza en 1924, en una pudiente familia de origen judío. Desde muy pequeño mostró su debilidad por la fotografía. Trabajó en publicaciones como *Fortune*, *Harper's Bazaar* y *The New York Times*. Ha sido galardonado con importantes premios, como el Erich Solomon (1985), el Cornell Capa Award (1999) o el Premio PHotoEspaña 2007, entre otros. Su obra se puede admirar en museos de todo el mundo.

a algunos candidatos; otros, como el “Tea Party de Pittsburgh” se han limitado a elaborar una guía para los votantes.

Su ascenso es la reacción de ciudadanos que piensan que el gasto federal, su déficit y los impuestos son excesivamente grandes y amenazan el futuro del país. Entre sus preocupaciones principales, con distintos acentos, están el excesivo tamaño del Gobierno, bajar los impuestos, reducir el gasto público innecesario, la deuda y el déficit, y volver a interpretaciones originarias de la Constitución. Por eso los *tea parties* utilizan simbología típica de la era fundacional de Estados Unidos, como la bandera de la serpiente, la “Gagsden Flag”, con el lema “No me pisotees” (*Don't tread on me*), que se adoptó en 1774.

LA DIFUSIÓN DE LOS ‘TEA PARTIES’. Hay distintas teorías sobre el origen de los *tea parties*, pero existe cierto acuerdo sobre los momentos en que el movimiento comenzó a “explotar”. El 24 de enero de 2009, **Trevor Leach** organizó un acto de protesta contra cien nuevos impuestos que puso en marcha el entonces gobernador de Nueva York, **David Patterson**. El 16 de febrero de 2009, **Keli Carender**, una *blogger* de Seattle, organizó otro en el día anterior a la firma de las medidas de estímulo de la economía. **Carender** logró que asistieran 120 personas, y se puso en contacto con la *blogger* conservadora **Michelle Malkin** para que diera a conocer su iniciativa. El 27 de febrero, en la siguiente protesta, había ya 1.200 personas.

Coincidiendo con la iniciativa de **Carender**, **Rick Santelli** protestó en la cadena CNBC sobre los planes del Gobierno, en una emisión desde la Bolsa de Chicago. **Santelli** sugirió que se celebrara una *tea party*. Su intervención corrió como la pólvora por Internet. Después del vídeo de **Santelli** surgieron páginas web como *ChicagoTeaParty.com*. Más tarde se adquirió el dominio *reTeaParty.com* para coordinar las protestas que se celebrarían en el Día de la Independencia. El 4 de marzo el sitio web estaba recibiendo ya 11.000 visitantes al día. El 27 de febrero distintas organizaciones se coordinaron en 40 ciudades para llevar a cabo la primera protesta de alcance nacional. La “epidemia” se extendía unos pocos meses antes del comienzo de las primarias republicanas.

En 2010 los *tea parties* apoyaron a **Scott Brown** en la inesperada victoria republicana en la elección del escaño que quedó vacante en Massachusetts tras la muerte de **Ted Kennedy**. De algún modo, fue la puesta de largo de los *tea parties* en el escenario nacional. En las primarias republicanas, candidatos apoyados por los *tea parties* derrotaron a los candidatos oficiales en estados como Alaska, Colorado, Delaware, Florida, Nevada, Kentucky, New York, Carolina del Sur o Utah. Candidatos como **Mike Lee** (Utah), **Rand Paul** (Kentucky), **Nikki Haley** (Carolina del Sur), **Sharron**

Angle (Nevada), **Christine O'Donnell** (Delaware), **Jeff Landry** (Louisiana), **Raúl Labrador** (Idaho), o **Marco Rubio** (Florida) lograron visibilidad nacional con sus campañas. En las elecciones de 2010, 138 candidatos republicanos recibieron el apoyo de los *tea parties*.

Cabría preguntarse si los *tea parties* son un movimiento anti-Obama o un intento de cambiar el Partido Republicano. Ciertamente, las políticas económicas de **Obama** les han unido, pero puede que su objetivo principal sea reformar el Partido Republicano. Aunque no tienen un líder claro, **Sarah Palin** se ha ido convirtiendo en líder informal del movimiento a lo largo de 2010. El éxito de algunos candidatos de los *tea parties* ha incrementado la visibilidad de **Palin**, considerada como líder simbólica.

El atentado en Tucson contra la congresista demócrata **Gabrielle Giffords**, una conocida crítica de los *tea parties*, provocó una fuerte controversia, con **Sarah Palin** de nuevo en el centro. Algunos incluso atribuyeron a la retórica de los *tea parties* el ataque. Por suerte, la congresista **Giffords** se recupera y un reciente discurso de **Barack Obama** (bien recibido por la opinión pública, por cierto) ha servido para que los dos partidos rebajen el tono del debate.

UNA NUEVA MANERA DE COMUNICAR. Después de los éxitos de políticos como **Michele Bachmann**, **Rand Paul** o **Marco Rubio** en las elecciones del 2 de noviembre de 2010 los *tea parties* seguirán teniendo influencia. Quizá lo más interesante de estos movimientos sea el impacto, que estos nuevos actores, puedan tener en la agenda política. Desde el punto de vista de la comunicación, los rebeldes, los insurgentes, los insatisfechos o los enfadados tienen ahora más oportunidades que nunca.

En los *tea parties*, además de la tradición federalista, se aprecian indicios de la incapacidad de las maquinarias políticas tradicionales para movilizar a los ciudadanos. Un grupo de ciudadanos que conectan con un *blogger* con éxito o alcanzan difusión a través de YouTube, logran cobertura en los medios tradicionales de ámbito nacional y tienen oportunidades de movilizar a la ciudadanía y conseguir cambios. Se trata de formas de asociación política más cercanas, que se potencian con las tecnologías de la comunicación y las redes sociales. En la sociedad civil muchos observan con atención lo que están haciendo los *tea parties*, que replantean interesantes preguntas. ¿Cómo se inicia un movimiento social? ¿Cómo se produce el “contagio”, o el ciclo virtuoso en la comunicación de ideas? ¿Cómo se moviliza el descontento social, canalizado y difundido a través de Internet? ¿Cuál es el poder de los ciudadanos insatisfechos, de los rebeldes? Cuestiones fascinantes sobre las que tendremos que seguir pensando. ●



Farmacia.
Detroit.