

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/El-discreto-encanto-de-la-derecha-populista-en-Argentina>

El discreto encanto de la derecha populista en Argentina.

- Argentine -

Date de mise en ligne : vendredi 3 juillet 2009

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por **Walter Goobar**

[Brecha](#). Montevideo, Uruguay, 3 de Julio de 2009.

El éxito de la nueva derecha que este fin de semana consolidó su poder en la Capital y ganó la elección en la provincia, no se explica solamente por los millones invertidos por Francisco de Narváez y Mauricio Macri, en los spots publicitarios de Ramiro Agulla ni por las triquiñuelas del gurú del marketing político, Jaime Durán Barba, ni tampoco por el fenómeno Gran Cuñado, sino por un contexto nuevo en el que la derecha demuestra que puede ser popular incluso en los sectores más pobres de la sociedad. Se trata de un fenómeno que no es ni publicitario ni mediático, sino estrictamente político.

Estas elecciones marcan la consolidación de una nueva derecha populista que defiende electoralmente los intereses económicos empresariales y valores como la seguridad, el orden en las calles, la propiedad privada, por encima de otros valores como la solidaridad, la inclusión y el trabajo.

Unión-PRO es un conglomerado de intereses, cimentado sólo para la conquista y conservación del poder, que se apoya sin embargo en los estratos de la sociedad que tradicionalmente sostienen a los regímenes autoritarios : clases medias comerciantes, alta aristocracia financiera, bajo proletariado, asalariados abandonados por la izquierda.

La crisis de representación que causó la debacle del 2001 y "el que se vayan todos", ha sido el caldo de cultivo para el surgimiento de esta nueva raza de políticos que en lugar de abogados, médicos o economistas tienen como único antecedente el haber sido exitosos en el mundo de los negocios.

De Narváez ingresó de lleno en la política recién en 2003 para apoyar a Carlos Menem. Dejó en segundo plano su rol como accionista en los rubros textil, agroindustrial, publicidad, inversiones, internet, canales de TV, radios y dos diarios.

El populismo que expresan De Narváez y Macri ha sido precedido por el del premier italiano Silvio Berlusconi que a esta altura de la historia ya alcanza ribetes bizarros. Al igual que en el caso de los dirigentes de Unión-PRO, Berlusconi es el resultado de la promiscua alianza entre negocios, deportes y medios de comunicación. Pero no es sólo el origen empresarial ni la capacidad de expresar la poderosa fusión entre espectáculo, política y deporte lo que emparenta al líder italiano con Francisco De Narváez o Mauricio Macri, sino también una manera particular de irrumpir y concebir la política.

El veterano sociólogo Giuseppe De Rita investigador del Censis, que es uno de los institutos de análisis social más reputados de Italia, cita al ex premier Bettino Craxi para explicar porqué los italianos le perdonan todo a Silvio Berlusconi : " Bettino Craxi decía que para tener capacidad de decisión era necesario concentrar el poder, que para concentrar el poder había que verticalizarlo, que para verticalizar el poder había que personalizarlo, que para personalizar el poder había que tener poder mediático y que para tener poder mediático había que tener mucho dinero. Craxi falló en lo último porque no tenía dinero, mientras que Berlusconi lo tiene."

Hay en Macri y en De Narváez, como en Berlusconi, una tensa combinación de conservadurismo y liberalismo. Tienen como denominador común un estilo ultrapragmático que les permite moldear su discurso de acuerdo con las necesidades del momento. Pueden ser privatistas y estatistas en simultáneo. Con los resultados en caliente, queda en claro que estas nuevas figuras siguen un modelo sin raíces, surgido de los negocios y supuestamente eficiente.

El discreto encanto de la derecha populista en Argentina.

Las pintorescas extravagancias de Francisco De Narváez y la tilinguera paqueta de Mauricio Macri personifica la idea de que el verdadero valor de una sociedad moderna es ser uno mismo. Un evasor fiscal, un joven que se droga, un empresario que no paga los impuestos o los sueldos de sus empleados... Todos pueden encontrar justificación a lo que hacen si se dicen que haciéndolo están siendo ellos mismos.

Existe un prejuicio muy difundido en el imaginario de la sociedad de que la Justicia es ineficiente y corrupta y De Narváez ha sido muy hábil explotando ese tema y hasta presentándose como alguien perseguido por ella. La inseguridad ha sido su caballo de batalla de la misma manera que la guerra contra la inmigración lo fue en la campa electoral de Berlusconi en 2007.

El berlusconismo ha introducido un populismo reaccionario y trivial, típico de los partidos de la extrema derecha tradicional que hoy recluta sus dirigentes del mundo empresarial.

Ninguna democracia está exenta del surgimiento de fenómenos parecidos al berlusconismo. Por el contrario, sus emulos latinoamericanos no son pocos : el nuevo presidente de Panamá es Ricardo Martinelli, un millonario que es propietario de la cadena de supermercados Super 99. Al igual que De Narváez, Martinelli no proviene de los partidos tradicionales. En Ecuador, el magnate Alvaro Noboa, rey de los exportadores de banano y camarón ha sido candidato en tres oportunidades. En Chile, el favorito en las encuestas es Sebastián Piñera, el propietario de la aerolínea LAN que ostenta una fortuna de 1200 millones de dólares.

Por eso, el peor error que se podra cometer en la lectura de los resultados de las elecciones del domingo es pensar que la consolidación electoral del macrismo y el ascenso de De Narváez se explican simplemente por la astucia de la publicidad, el poder de sus millones o la influencia de los medios de comunicación. En todo caso es la expresión de una sociedad que siempre fue individualista, conservadora y autoritaria más de lo que muchos creen.