

Ejes de la estrategia de la derecha (Elementos de coyuntura)

Por: Luis Armando González. Transparencia Activa. 19/10/2016

En la actual coyuntura –en la que comienzan a perfilar las dinámicas preelectorales de cara al 2018 y 2019— adquiere rasgos claros la estrategia de la derecha salvadoreña (política, empresarial y mediática) encaminada a obtener resultados favorables en ambos procesos electorales, especialmente en las elecciones presidenciales, leídas por algunas figuras de derecha como una “recuperación” del país. Planteamos aquí algunos aspectos llamativos de esa estrategia, que naturalmente no excluye otros que puedan añadirse a las presentes consideraciones.

1. *Reposicionamiento político de ARENA como principal gestor de la estrategia de la derecha.* Esto supone un mayor protagonismo del COENA, que deberá tener la capacidad de convencer a los miembros del partido y a los socios, aliados y amigos de que puede liderar las acciones más importantes, especialmente las políticas e ideológicas, encaminadas a obtener un buen resultado en 2018-2019. Si el nuevo COENA da muestras de su capacidad de liderazgo político es presumible que la derecha empresarial y mediática sume sus energías y recursos a las directrices que emanen de la cúpula del partido.
2. *Creación permanente de coyunturas ficticias.* Esta línea de acción ha dado resultados nada despreciables a la derecha salvadoreña. Aquí el rol principal lo juegan las grandes empresas mediáticas, secundadas una red de colaboradores (opinadores, comentaristas, presentadores, operadores de redes virtuales, etc.), que dan vida a esas coyunturas ficticias, “inflando” durante dos o tres semanas determinados hechos que se posicionan en la opinión pública como algo verdaderamente trascendental. No importa la naturaleza del hecho o su génesis y contexto: lo que importa es su “inflación mediática”, la cual tiene por fin que todo el mundo hable del mismo en los términos y sentido queridos por quienes lo ponen en circulación. Se busca impactar a la clase media y a quienes, en ella, tienen incidencia en la opinión pública: docentes, médicos, publicistas, periodistas, personas que laboran en el sector servicios... Cualquier comentario, opinión, rumor, etc., que refuerce la coyuntura ficticia es bueno

para el objetivo que se persigue: sacar del debate público temas esenciales para la vida de la gente.

3. *Debilitamiento financiero del gobierno.* Desde que los programas sociales del gobierno y el combate del crimen comenzaron a generar resultados positivos en la sociedad, la derecha entendió que golpear las finanzas del gobierno era crucial para socavar sus simpatías entre la población. La lógica es simple, desde la derecha: si el gobierno no tiene recursos, no podrá ejecutar los programas sociales ni podrá sostener en el mediano plazo sus éxitos en la lucha contra el crimen; esto generará malestar en la población, lo cual se traducirá en una merma político-electoral para el FMLN en los próximos procesos electorales. La derecha seguirá trabajando en esta dirección tanto desde la Asamblea Legislativa, usando a ARENA, como en la Sala de lo Constitucional, haciéndole llegar demandas –generadas por la ANEP, por ejemplo— que vulneren las iniciativas del Ejecutivo en materia de recursos. Hay acciones—menos evidentes, pero igualmente relevantes— del sector financiero destinadas a golpear a algunos empresarios vinculados, directa o indirectamente, a la izquierda.
4. *“Movilización popular” ficticia.* Este eje consiste en sacar a gente a la calle (o aprovechar a la que lo hace por iniciativa propia) para que proteste en contra del gobierno (o la Asamblea Legislativa), o reclame algo que financieramente no se puede conceder. Lo importante aquí no es el número real de personas que esté en la calle, sino la “inflación” mediática que se hace de esas protestas que son difundidas e interpretadas como movilizaciones populares en contra del gobierno, el FMLN (o la Asamblea Legislativa en cuanto que toma decisiones que son adversadas por ARENA). Generar un clima de incertidumbre y zozobra colectivas es parte de este tipo de acciones; lo que se busca es generar la sensación de que el país está en caos, de que hay protestas generalizadas debido a la insatisfacción social en contra del gobierno y del FMLN. Se pretende grabar en el imaginario colectivo la idea de que en El Salvador las cosas no funcionan, que se necesita un cambio ante el fracaso de las autoridades en materia económica, social y legal.
5. *Por último, elaboración y difusión de planteamientos, pretendidamente serios, desde un punto de vista académico, que “expliquen” a la población el fracaso del gobierno en materia de pobreza, fiscal o de gestión pública.* Un ejemplo, entre otros muchos, de esto lo constituye la primera plana de *La Prensa Gráfica* del miércoles 28 de septiembre de 2016, en la que se lee “Más pobreza por la crisis fiscal. FUSADES asegura que se elevará al 45%”. Aquí, a partir de una

presunta “investigación” (se supone que científica), se concluye que la “crisis fiscal elevará la pobreza al 45%”, ocultando, primero, los golpes dados por la derecha a las finanzas del gobierno; segundo, la resistencia de la derecha a un nuevo modelo tributario progresivo; tercero, la evasión y elusión fiscales; y cuarto, la voracidad empresarial y los mecanismos de exclusión económica que generan directamente pobreza y marginalidad socio-económica.

Se anuncian, pues, tiempos muy movidos de aquí en adelante. Se requerirá un fuerte sentido crítico para no dejarse arrastrar por esta estrategia de una derecha que, al envalentonarse, tiende a perder el sentido de realidad, tan necesario para avanzar hacia acuerdos que permitan superar los graves problemas que aquejan a la población.

Fuente: <http://www.transparenciaactiva.gob.sv/opinion-ejes-de-la-estrategia-de-la-derecha-elementos-de-coyuntura>

Fotografía: avances

Fecha de creación
2016/10/19