PERÚ - Desesperación y guerra sucia

Javier Diez Canseco, *La República*

Lunes 28 de marzo de 2011, puesto en línea por Gladys Fernández, Javier Diez Canseco

La República, 28 de Marzo de 2011 - *La República* - Desesperación y desconcierto. Impotencia, frustración, conciencia de fracaso. Estos sentimientos y una marcada irritación exudan los principales medios comprometidos en la prepotente y orquestada campaña dirigida a promover la candidatura de Kuczynski como el innovador, el "outsider" de 72 años que "sabe cómo" impulsar las transformaciones que el Perú necesita, aunque ya haya gobernado y sido ministro en cuatro ocasiones, con los resultados que vivimos.

Valiéndose de su fortísimo control mediático, los grupos de poder y sus plumas o locutores de alquiler nos mostraron a un Kuczynski multifacético, incursionando en todos los programas existentes de la TV: desde los políticos y los cómicos hasta los magazines de chismes. Buscaron transformar al atildado gerente general, al implacable financista y lobbista de grandes intereses: comprador de empresas públicas (Edelnor, aeropuerto Jorge Chávez, intento de comprar Hierro Perú para los chilenos) en las amañadas privatizaciones del fujimorismo, gestor de que no le cobren US$ 140 millones de dólares en impuestos a Barrick o promotor del cambio de las normas de explotación del gas de Camisea para que se entregue a Hunt Oil y permitirle exportarlo. Lo quisieron convertir en un gringo criollo y procaz, orgulloso de someterse a pruebas táctiles de testes y capaz de soltar "agudas" bromas sobre ellos. Pero terminó casi en un payaso e imitador de tercera.

Querían nacionalizar a PPK –PPKuy, PPKóndor– a pesar de sus ostentosos vínculos con la Embajada de EEUU y las mineras, de su nacionalidad norteamericana. Ahora nos enteramos que ni siquiera llenó los formularios para renunciar a ella, a pesar de haberlo ofrecido en diciembre pasado. Un PPKuy que el 2006 respondió críticas al TLC con EEUU señalando –en obvia expresión racista– que el problema era que a los andinos les faltaba oxigenación cerebral. Se desnudó su falta de transparencia al evidenciarse, por una somera investigación periodística, que es propietario de empresas no declaradas en el formulario entregado al JNE para postular a la Presidencia, y que, además, resulta socio estratégico de poderosos intereses chilenos como los del archimillonario Gerardo Sepúlveda. Ese es el verdadero PPK, el que promueve el recorte de derechos sociales como las vacaciones y la CTS para nuevos trabajadores o la privatización de Sedapal, que haría del agua un elemento manejado con fines de lucro y no un derecho fundamental para la vida que el Estado debe garantizar. La estrategia mediática ha comenzado a estancarse.

Pero lo más grave –para los continuistas de este modelo económico de crecimiento sin bienestar para las mayorías y corrupción generalizada– es el veloz aumento de Humala y Gana Perú, colocados por todas las encuestadoras (salvo Idice Alan) en el primer lugar de la intención de voto. Según CPI, pasa de 15.7% a 23.3% a nivel nacional en una semana. Mientras Toledo, Fujimori o Castañeda están a la baja o estancados. La voluntad de cambio reflejada en Gana Perú y Ollanta Humala crece.

Consecuentemente, los medios y sus candidatos retoman la estrategia del 2006 frente a Humala: promover el miedo, hacer correr rumores y mover los mercados cambiarios para generar inseguridad. Quieren ganar terreno con el terrorismo financiero como cuando Correo, El Comercio y otros medios, junto con "un alto funcionario del gobierno de Toledo" promovieron la devaluación monetaria del sol y quisieron impedir que el BCR intervenga para defender nuestra moneda. Tienen el plato servido.

Estos últimos 14 días serán de inclemente guerra sucia. Pero gran parte del país ya sabe a dónde van los que quieren imputarle a Humala una economía estatista, cuando plantea una economía social de mercado, con un Estado que regule y defienda al consumidor, al usuario y al trabajador, a la pequeña y micro empresa. Saben a dónde va la monserga del "chavismo" y de que quiere controlar los medios. Quieren

sembrar el miedo al cambio, al derecho a ser felices, a gozar de un país con derechos y oportunidades para todos y solo para unos pocos. No lo lograrán.

Reproducción por iniciativa del autor.

http://www.larepublica.pe/28-03-2011/desesperacion-y-guerra-sucia