

lanacion.com

Opinión

"¡Es lo social, compañero!"

Marcelo Cortes Neri

Para LA NACION

Lunes 4 de octubre de 2010 | Publicado en edición impresa

SAN PABLO.- Los brasileños no se resignan con los resultados de las votaciones en Internet que coronan a Diego Maradona como el mejor jugador de todos los tiempos antes que Pelé. Olvidan que esas disyuntivas se deciden según la experiencia práctica de cada uno: las nuevas generaciones nunca vieron jugar a Pelé, pero fueron testigos de los hermosos goles del carismático crack argentino.

La misma lógica vale para las elecciones presidenciales brasileñas, con una victoria parcial de Dilma Rousseff, un resultado incomprensible para la elite brasileña, que no se benefició de los frutos de la expansión de Brasil en los últimos ocho años.

La reducción de la brecha de ingresos entre 2003 y 2009 fue el siguiente: el ingreso per cápita del 10% más rico aumentó 1,5%, mientras que los ingresos de los más pobres crecieron a una notable tasa del 6,8% al año. Durante ese período, el número de pobres disminuyó en 20,5 millones.

Vale la pena recordar que en Brasil esa tendencia persistió durante la crisis financiera global y que, en los últimos 12 meses, se produjo una aceleración de esa tendencia incluso en relación con el período dorado, aunque ganó impulso debido a la proximidad de las elecciones.

En vez del famoso "¡Es la economía, estúpido!" que pasó a la posteridad en las elecciones de Estados Unidos de 1992, tal vez lo más adecuado para representar el caso de Brasil hoy sea: "¡Es lo social, compañero!".

Desde una mirada más general al tema de la distribución, 30 millones de personas que antes eran pobres -casi tres cuartas partes de la población argentina- se incorporaron a la nueva clase media entre 2003 y 2010. Los 95 millones de brasileños que hoy forman parte de la clase media representan el 50,5% de la población. Eso significa que la nueva clase media no sólo incluye al votante medio, considerado como aquel que decide en una segunda vuelta electoral, sino que podría por sí misma decidir el resultado de una contienda.

Los corazones, mentes y sueños de este grupo emergente de un país emergente son la frontera que los políticos deben conquistar.

Getulio Vargas, que dominó la política brasileña durante 25 años, sería la versión autóctona de Juan

Domingo Perón. La popularidad de Lula es tal que el actual presidente no debe ser considerado un nuevo Vargas, sino que Getulio será visto como un viejo Lula.

Si bien Vargas era el padre de los pobres, Lula no es ya el padre de los pobres. Es, antes y por encima de todo, el progenitor de la nueva clase media. Porque él más que nadie encarna la posibilidad de ascenso social.

A diferencia de la Argentina, en Brasil las elites gobernantes nunca dieron debida importancia a la educación. Cuando la elite brasileña escucha a Lula, se extraña de su portugués incorrecto. Pero el pueblo piensa: "Si él puede, ¡entonces nosotros también!".

Ahora, la popularidad de Lula no alcanzó para que Dilma fuera elegida en primera vuelta. El pueblo brasileño no quiere un padre para sí mismo ni para Dilma. El brasileño quiere un presidente que lo ayude o, al menos, que no entorpezca la continuidad de sus planes de ascenso social. Este es el Norte de la agenda de los debates para la segunda vuelta de las elecciones en Brasil.

Traducción de Jaime Arrambide

Investigador del Centro de Políticas Sociales de la Fundación Getulio Vargas

