

Ocho principios que un líder populista *NO* puede ignorar



Martín Simonetta

Prólogo:

Bertha Pantoja Arias



Caminos de la
Libertad



Ocho principios que un líder populista no puede ignorar

Caminos de la Libertad.

Ciudad de México, mayo 2020.

Prólogo: La ruta populista, por Bertha Pantoja Arias, Directora Ejecutiva de Caminos de la Libertad

Martín Simonetta, destacado liberal argentino, nos presenta en esta obra reconocida en el décimo Concurso de Ensayo Caminos de la Libertad, una serie de principios que parecen ser seguidos de forma invariable por los líderes populistas y que hemos visto repetirse en diversas épocas y geografías.

El populismo no es un fenómeno nuevo, es quizá una consecuencia inevitable de la democracia. En la última década hemos visto una tendencia creciente de los electores del mundo por apoyar candidatos populistas. Esto se debe a que la ciudadanía está cansada de la política tradicional y existe una percepción mayor de que los políticos tradicionales son corruptos. Así, el populismo se muestra como una forma fácil de resolver los problemas de los países.

Este apoyo se debe también, en parte, a que los populistas han sido exitosos en hacerle creer a mucha gente que el nivel de vida en el mundo se ha estado deteriorando. El populismo es un método, no un objetivo; es una forma de alcanzar el poder y la ruta para conseguirlo siempre es la misma. El líder pinta un panorama más negativo que el real. No importa que las estadísticas muestren lo contrario, hay que ofrecer a la gente una visión pesimista para luego presentarse a sí mismos como salvadores y poseedores de las respuestas fáciles para solucionar todos los problemas.

Las soluciones fáciles son la principal propuesta de los líderes populistas, personas que usualmente tienen fuerte carisma personal y que consideran que solo ellos, pueden arreglar todos los problemas. Otra característica definitoria del populismo es que, quienes lo defienden, afirman siempre representar al pueblo y que, por lo tanto, quien no esté de acuerdo con ellos es enemigo del pueblo.

El crecimiento del populismo en el mundo es muy claro. Y el riesgo que representan los populistas es muy alto, no solo porque sus políticas usualmente terminan en grandes fracasos ya que están pensadas en función de su popularidad y no de sus consecuencias, sino porque los líderes de este corte usualmente terminan convirtiéndose en dictadores.

Sobre el autor

Martín Simonetta (www.martinsimonetta.com.ar) es Director Ejecutivo de Fundación Atlas para una Sociedad Libre. Profesor titular de Economía Política I (UCES) y Economía (IP Cámara Argentina de Comercio). Autor de diversas obras. Fue elegido "Joven Sobresaliente de la Argentina 2004" (The Outstanding Young Person of Argentina-TOYP) por Junior Chamber International y la Cámara Argentina de Comercio (CAC), habiendo obtenido la mención "Animarse a Más" por parte de PepsiCo. Recibió diversos reconocimientos tales como la beca British Chevening Scholarship para desarrollar investigaciones en Gran Bretaña (British Council, la Embajada Británica y la Fundación Antorchas, 1999), la beca de la Fundación Friedrich Naumann beca para el Programa de Liderazgo Internacional en Globalización y Regionalismo en Theodore Heuss Akademie, sita Gümmerbach, Alemania, y la beca Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales (FAES) para realizar el Programa Internacional de Visitantes (Madrid, Bruselas, Valladolid y Salamanca), entre otras.

Académicamente es Licenciado en Relaciones Internacionales (Universidad del Salvador, Buenos Aires) y Magister en Política Económica Internacional (Universidad de Belgrano), habiendo realizado un Posgrado en Psicología Positiva (Fundación Foro

para la Salud Mental). Ha desarrollado el programa "Think Tank MBA" en el marco de Atlas Economic Research Foundation (Fairfax, Virginia, y New York, NY).

Diversas obras suyas fueron reconocidas por Caminos de la Libertad en su concurso de ensayos. Entre ellas, la desplegada en este libro.

Ocho principios que un líder populista no puede ignorar

Martín Simonetta

Índice

Prólogo: La ruta populista, por Bertha Pantoja Arias, Directora Ejecutiva de Caminos de la Libertad.....	4
Sobre el autor	8
Humildes consejos para un líder populista.....	12
Primero. Quítele a los pocos ricos y reparta a los muchos pobres.....	22
Segundo. Financie el gasto de su gobierno con materias primas.....	28
Tercero. Eche culpas y genere conflictos	34
Cuarto. No dirija su mensaje a la razón de los ciudadanos, sino a las emociones del pueblo	42
Quinto. Haga crecer mucho (pero mucho) el gasto público ..	52
Sexto. Concentre el poder.....	58
Séptimo. Eternice la pobreza	62
Octavo. Usted es el salvador de su pueblo.....	64

Humildes consejos para un líder populista

A lo largo de las siguientes páginas nos proponemos compartir ocho principios que ningún líder populista puede ignorar. Son consejos basados en la experiencia y en la teoría de quienes deseamos que Usted sea exitoso en sus funciones, por el bien de su pueblo y, sobre todo, el suyo propio.

Le daremos los argumentos, estrategias y también le diremos de dónde puede obtener los recursos económicos para llevar adelante su misión. Nuestro razonamiento se basa en un principio que suele no fallar: quitarles a los pocos y darles a los muchos. Ya lo decía Vilfredo Pareto, asesor de Benito Mussolini: si el 20 por ciento de la población tiene el 80 por ciento de las riquezas, sólo debemos quitarle a ese 20 por ciento y distribuirlo (con distintos, creativos y justicieros argumentos) entre el restante 80 por ciento. Como veremos, esto es especialmente simple en contextos institucionales donde no existen (o existen sólo formalmente y no se

encuentran operativas) restricciones o límites constitucionales a la redistribución de estos recursos por parte del Estado.

Para un líder populista la vigencia del Estado de Derecho es un enorme obstáculo, que intenta poner límites a la ejecución de su sagrada misión. Las Constituciones y otro tipo de normas – importadas desde las casas matrices del imperio- intentan obstaculizar el cumplimiento de nuestro mandato y el compromiso que tenemos con nuestra gente. Pero esa maraña de normas no será excusa para justificar que no cumplamos con nuestro compromiso.

Este debate entre permitir o restringir la voluntad del pueblo soberano no es nuevo. Como veremos más adelante, la “pulseada” fue disputada algunos siglos atrás entre el pensamiento de Jean-Jacques Rousseau y John Locke, pero se ha repetido en diversas ocasiones a lo largo de la historia del ser humano sobre la Tierra. Mientras Locke señalaba que acotar el poder del monarca era la única forma de garantizar la vigencia de los derechos de las personas, Rousseau encontraba

en las democracias mayoritarias sin límites la justificación exacta para el ejercicio –por parte del gobernante- de la “voluntad popular”.

Los intentos por refrenar el poder de quien –como Usted- conoce y sabe interpretar los intereses del pueblo han sido frecuentes. La figura de Thomas Hobbes comprendía que un enorme Estado manejado por un poderoso soberano era fundamental para que los humanos pudieran escapar de un “*state of nature*” (“estado de naturaleza”) donde la vida era “*solitary, nasty, brutish and short*” (“solitaria, desagradable, brutal y corta”), y se pudiera establecer una sociedad civil. Tal como recomendaba Hobbes, la figura del monarca absoluto era una segunda mejor opción a la de la guerra de todos contra todos, donde imperaría la ley del más fuerte (y perderían los más débiles).

A pesar de los cambios hacia formas más sutiles de dominación, la actualidad nos muestra que los poderosos siguen abusando de los débiles, tanto dentro del país como

entre los países. En el presente contexto social no podemos imaginar un gobierno de monarcas absolutos, pero sí gobiernos con liderazgos comprometidos con la protección de su débil pueblo. En esa línea estamos nosotros.

¿Qué significa ser un líder populista? Esta expresión ha sido bastardeada, denigrada y subapreciada, porque nosotros tenemos una meta clara. Desde el punto de vista técnico, existen variadas –y disímiles- definiciones al respecto, tanto desde la ciencia política como de la sociología. Todas tienen en común –y tal como lo dice el sonido latino de la palabra- el hecho de que estos líderes basan su poder y orientan su energía a la satisfacción del “*populus*” o “pueblo”. En términos generales, el populismo es concebido como un estilo de liderazgo constituido por “una relación directa, personalista y paternalista entre líder-seguidor, en la que el líder no reconoce mediaciones organizativas o institucionales, habla en nombre del pueblo y potencia discursivamente la oposición de éste con “los otros”, busca cambiar y refundar el *statu quo* dominante; donde los seguidores están convencidos de las cualidades extraordinarias del líder y creen que gracias a ellas y/o al

intercambio clientelar que tienen con él (tanto material como simbólico) conseguirán mejorar su situación personal o la del grupo”.¹

La realidad nos muestra que no existe un único populismo (si bien sus principios de acción tienen mucho en común) sino diferentes formatos: algunos más primitivos y otros más sofisticados. Algunos que recurren a las técnicas más básicas y otros que aplican refinadas herramientas basadas en la mercadotecnia para cumplir su misión. Algunos operan en países en desarrollo y otros en países ya desarrollados. El crecimiento del populismo se manifiesta incluso en el país “acusado” de ser el símbolo del capitalismo, donde el dramático incremento del gasto público (que pasó del 8 por ciento del Producto Bruto Interno a comienzos del siglo XX a cerca del 45 por ciento en la actualidad²) es un indicador de este mayor peso redistributivo del sector público. En el marco del concepto del llamado “Estado de Bienestar”

¹Flavia Freidenberg, “¿Qué es el populismo? Enfoques de estudio y una nueva propuesta de definición como un estilo de liderazgo”. Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, Noviembre 2012.

²<http://www.usgovernmentspending.com/>

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 16

("WelfareState"), las funciones del gobierno se han ido extendiendo gradualmente y hoy rubros como los vinculados a la ayuda social, pensiones, sistema de salud, educación, defensa, entre otros, casi no son discutidos por quienes pagan los impuestos y permiten la existencia y funcionamiento de estos pesados aparatos.

El mundo "en desarrollo" cuenta con un campo especialmente fértil para la aplicación de nuestros principios, especialmente por diversos factores como la ausencia de restricciones institucionales al uso ilimitado del poder. En algunos países de América Latina, por ejemplo, encontramos un amplio soporte para expresiones de este tipo, tal vez por la cultura caudillista heredada del comportamiento "feudal" español en el Nuevo Mundo (un feudalismo en el siglo XIX y XX), potenciada por el contexto de abundancia en materia de recursos naturales en poder del Estado. Pero, repetimos que el populismo no es un monopolio del subdesarrollo, si bien figuras como Fidel Castro, Juan Domingo Perón, Hugo Chávez, Rafael Correa, Cristina y Néstor Kirchner, así como Evo Morales, entre otros, pueden ser considerados fuertes símbolos en nuestra línea de acción.

También encontramos líderes populistas que avanzan en países desarrollados: sólo pensemos en figuras como las de Barack Obama, por mencionar apenas un caso saliente, o el presente de muchos Estados europeos donde la presión tributaria supera al 50 por ciento del PBI. Como señalábamos, en la medida que no existan límites jurídicos vigentes, veremos que también en estos países del “primer mundo” se observará este perfil de políticas. Podemos decir, sin temor a equivocarnos, que nosotros –el pueblo- vamos ganando la batalla.

A continuación, analizaremos algunos principios que los líderes populistas tienen en común y que será un factor esencial si Usted quiere ser uno de ellos. Ya lo decía Nicolás Maquiavelo (1469-1527): *“El que es elegido príncipe con el favor popular debe conservar al pueblo como amigo”*³. En términos de la clasificación del sociólogo Max Weber, el líder populista generalmente cuenta con características asociadas al líder carismático y, en consecuencia, reclama poderes

³ Nicolás Maquiavelo, “El príncipe”.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 18

excepcionales, sobrenaturales y sobrehumanos. Las otras dos categorías que identifica Weber son el líder legal (sostenido en las normas positivas) y el tradicional (quien ha heredado su mandato), pero estas dos no nos interesan tanto en las presentes reflexiones.

No queremos dejar de advertir que es posible que, a lo largo del tiempo, estas medidas y recomendaciones tengan consecuencias negativas desde lo económico. Pero para ese caso también tenemos recomendaciones. También es probable que nuestro accionar sea cuestionado desde lo institucional, argumentando que no respetamos el estado de derecho, la división de poderes, los límites de la acción del Estado u otras cosas, pero esas restricciones no son de interés del quienes haremos uso de estos pensamientos.

A continuación, mencionaremos un listado de principios de acción que abordaremos con más profundidad a lo largo de las siguientes páginas:

Primero. **Quítele a los pocos ricos y reparta a los muchos pobres.**

Segundo. **Financie el gasto de su gobierno con materias primas.**

Tercero. **Eche culpas y genere conflictos.**

Cuarto. **No dirija su mensaje a la razón de los ciudadanos, sino a las emociones del pueblo.**

Quinto. **Haga crecer mucho (pero mucho) el gasto público.**

Sexto. **Concentre el poder.**

Séptimo. **Eternice la pobreza.**

Octavo. **Usted es el salvador de su pueblo.**

Pues, comencemos.

Primero. Quítele a los pocos ricos y reparta a los muchos pobres

Empezamos por la economía, ya que –más allá de que nuestro discurso es anti-materialista- contar con recursos adecuados es fundamental para ejecutar nuestros planes.

Recién adelantamos lo que decía Vilfredo Pareto, asesor del padre del fascismo, Benito Mussolini (quien gobernó Italia desde 1922 hasta 1945, con una breve interrupción), cuando desarrolló y explicó los beneficios de lo que es conocido como el “Principio de Pareto” o ley del “80/20”. ¿Qué nos enseñaba Vilfredo?: que en ausencia de límites institucionales es conveniente (políticamente) quitarle dinero a los pocos ricos y darle a los muchos pobres. Pareto sostenía que en aquella sociedad italiana el 20 por ciento de la población, tenía el 80 por ciento de las riquezas. Si esto era así, recomendaba sacarle a los menos y darle a los más. El resultado: una alta rentabilidad política, basada en la redistribución.

Es cierto que esto -que en términos contemporáneos podría traducirse como un incremento de la presión impositiva- puede tener efectos negativos sobre la rentabilidad de los negocios y el crecimiento de la economía, y, asimismo, sobre la propia recaudación fiscal. Pero esto no nos importa en este momento. Como analizaremos más adelante, en caso de presentarse una crisis económica, recesión o incremento del desempleo, ya tendremos a quien culpar como causante de esta situación. Y transformaremos esa crisis en oportunidad.

Cuando hablamos de redistribuir el factor clave es que el gobernante no deba enfrentar restricciones institucionales para hacerlo. La democracia es el gobierno del pueblo (*demos* = pueblo, *cracia*: gobierno) y el pueblo tiene derecho a recibir lo que merece. Como adelantábamos, el contraste entre el pensamiento del filósofo inglés John Locke (1632-1704) y el del suizo Jean-Jacques Rousseau (1712-1778) se centraba en torno a los límites que deberían tener los gobiernos. Mientras el primero sostenía que establecer claras restricciones al abuso

de poder era fundamental para generar instituciones sanas, el segundo señalaba que los gobiernos debían ser todopoderosos, ya que su poder se basaba en la voluntad popular. En consecuencia, en un contexto de democracia mayoritaria, la redistribución era una herramienta fundamental para el cumplimiento de la voluntad popular.

Y aquí está nuestro negocio: la rentabilidad política de distribuir puede ser muy alta, si la usamos con inteligencia. Cobrar altos impuestos a los que más tienen y darle estos recursos a los que menos tienen, nunca falla. Al menos, en el corto plazo.

Políticas como distintos tipos de planes sociales y subsidios distribuidos entre grandes cantidades de personas pueden garantizar un importante grado de fidelidad de las porciones más desfavorecidas de la sociedad, que son las más vulnerables y las más fáciles de seducir con nuestros argumentos. Un consejo: si tiene ganas, de vez en cuando, vaya en persona a entregar estos subsidios, planes o como quiera

llamarles. Un “*tip*” adicional: asocie a cada plan con los nombres de los “incuestionados” héroes nacionales. Ejemplo: Plan Bolívar, Plan San Martín. Esto nunca falla. Otra opción es denominarlos haciendo alusión a metas también incuestionables como el “hambre cero” (“Fome Zero”) iniciado en el 2003 por el entonces presidente Lula da Silva en Brasil. También, en la Venezuela de Chávez nacieron (y subsisten), las llamadas “misiones” que redistribuyen beneficios transformando ciudadanos vulnerables en clientes-dependientes. Algunas de estas misiones apuntan a eliminar el analfabetismo (Misión Robinson I), otras a asegurar la educación básica (Misión Robinson II), la educación media (Misión Ribas), a garantizar los estudios universitarios (Misión Sucre), por mencionar sólo algunas. Asimismo, en la Argentina de Néstor y Cristina Kirchner se hizo lo propio, incrementando los planes sociales a un punto tal que 18 millones de personas (de un total de 40 millones de habitantes) reciben este tipo de beneficios. Es decir que prácticamente, uno de cada dos

argentinos goza de un subsidio de este tipo.⁴ Distribuir siempre funciona.

Decíamos antes que es posible que el incremento del gasto público necesario para sostener estos subsidios haga que –en algún momento- las finanzas públicas colapsen. Cuando esto suceda, échele la culpa al capitalismo internacional. Esta fórmula nunca falla. El *“miente, miente, que algo quedará. Cuánto más grande sea la mentira, más gente la creerá”* de Joseph Goebbels (a quien nos referiremos luego), nunca parece dejar de funcionar con efectividad.

⁴Mariano Obarrio, “Se duplicó en dos años el presupuesto para planes sociales”. La Nación, 18 de abril, 2015.

Segundo. Financie el gasto de su gobierno con materias primas

Petróleo, gas, minerales, productos agrícolas son una oportunidad única para hacerlo. Establezca empresas estatales para explotar la producción de estas materias primas. Las empresas petroleras de propiedad estatal son un ejemplo de lo señalado: PDVSA en Venezuela, Petrobras en Brasil, Pemex en México, YPF en la Argentina o Yacimientos Petrolíferos Bolivianos son símbolos de esta forma de actuar. También las empresas estatales de los países árabes y otros integrantes de la OPEP son una muestra de lo señalado.

No deberá preocuparse porque el financiamiento a partir de materias primas no atentará contra metas que comentaremos en las presentes reflexiones (mantener la cantidad de pobres). Los datos lo confirman: en diversos países árabes –donde la propiedad y la producción petrolera se encuentran en manos del Estado- se da el contraste de que una mayor producción de

petróleo con indicadores sociales preocupantes. Tal es el caso de Nigeria, que es uno de los tres principales proveedores de crudo de los Estados Unidos y cuenta con un 70 por ciento de pobres. O Angola, uno de los países africanos con mayor producción de petróleo, donde también siete de cada diez habitantes viven debajo de la línea de pobreza. O también en Libia, donde el 30 por ciento de la población es pobre, a pesar de contar con la novena reserva petrolera del mundo.⁵

Como decíamos, puede Usted mismo —a partir de una empresa estatal- explotar sus propias materias primas o, en su defecto, puede contratar empresas privadas amigas que jueguen en su favor y le garanticen contar con el recurso. Otra opción para contar con ingresos genuinos es aplicar impuestos a la exportación a los sectores más competitivos de la economía. Países como Argentina han implementado creativos tributos como los “impuestos a las exportaciones” (sí, escuchó bien: impuestos a las exportaciones) que se aplican a la venta

⁵ INFOBAE, “¿Por qué los países petroleros son pobres?”. 22 de febrero, 2011.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 29

externa de soya, que representan más del 10 por ciento de los ingresos fiscales.

En este mercado de materias primas manejadas por el Estado, los negocios que algunos llaman “*non sanctos*” le darán oportunidades adicionales para el financiamiento de sus cuentas privadas, así como la posibilidad de ayudar a amigos que puedan proveer sus servicios al Estado. Siempre existe un riesgo de que esta información trascienda y se haga pública. Y si no miremos el caso de Petrobras (Brasil) y sus consecuencias. Por eso, le aconsejamos que sea muy prolijo y alinee a sus “socios” en este tipo de prácticas.

Como señalábamos, la fórmula de financiar el funcionamiento del Estado en base a materias primas no es exclusiva de América Latina. También es muy aplicada en buena parte del mundo árabe, donde la riqueza petrolera ha permitido un financiamiento independiente de los recursos corrientes. El único problema que puede suceder es –como en estos días– que los precios del petróleo –que superaron los 140 dólares en

el 2008- bajen. Y, así como la república bananera puede entrar en crisis fiscal si el precio de la banana baja, lo mismo sucederá en el caso de la república petrolera. En ese contexto, sugerimos organizarse y tratar –si fuera posible- de mantener elevado el precio de la materia prima. La Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) es un ejemplo de este intento (que a veces fracasa).

Recordemos que nosotros –líderes populistas- dependemos de los recursos naturales ya que difícilmente recibamos inversiones de largo plazo que permitan dar forma a una economía más avanzada, con mayor valor agregado. En un mundo de donde existe una competencia global por las inversiones no somos –ni queremos ser- atractivos para el capital global. Este capital global es traicionero y esquivo. No tiene raíces y sólo busca “ganar dinero” (vaya redundancia). Entonces elegimos que nuestros pueblos sean pobres pero dignos, lo cual nos permitirá gobernar por mucho tiempo a nuestra gente, que tanto nos ama.

Una advertencia: Tenga en cuenta que –como señalábamos antes- los precios de esos productos pueden tener altibajos. En consecuencia, basar sus finanzas sobre precios volátiles puede darle a su régimen pies de barro. Por tal motivo, reparta, reparta y reparta mientras los precios internacionales de estos productos sean buenos, pero trate de tener en mente un “plan B” por si estos precios bajan. Como veremos en el siguiente apartado, echar culpas suele ser una buena alternativa.

En síntesis: su actividad, reconocimiento y perpetuidad, se verán favorecidos si tiene la suerte de contar con la posibilidad de producir materias primas. Muchas veces, con desprecio, lo calificarán de “república bananera” o petrolera, sojera o gasífera. Desoiga las críticas, redistribuya y engrose las finanzas de su Estado a partir de la renta de tales productos.

Tercero. Eche culpas y genere conflictos

Esta fórmula siempre funciona. La victimización es un argumento altamente efectivo. Póngase del lado “de los más necesitados” en sus argumentos. La concepción de suma cero, donde unos ganan y otros pierden, funciona en dos niveles: dentro del país y también en el vínculo con el resto del mundo.

A nivel interno, muestre que la pobreza de los pobres es causada por la riqueza de los ricos. Esta concepción de sociedad de suma cero generará resentimiento, odio y alineación a favor de la preservación de su poder como defensor de los más débiles. La armonía de los vínculos sociales no le servirá políticamente. La fórmula de culpar al otro sigue teniendo vigencia y, obviamente, póngase del lado de las mayorías. Si hay conflicto social, Usted (con mayúsculas) puede ser el gran héroe salvador de las indefensas mayorías.

En países como Argentina, la marcha peronista (del partido fundado por Juan Domingo Perón) –que es algo así como su himno- hace referencia a “combatir al capital” (*“por ese gran argentino que se supo conquistar a la gran masa del pueblo, combatiendo al capital. Perón, Perón, que grande sos, mi General cuánto valés. Perón, Perón, el conductor. Sos el primer trabajador”*).⁶ Como veremos más adelante, dirija su mensaje a las emociones y a los instintos tribales más básicos.

Como decíamos, a nivel internacional, esto también funciona muy bien. Echar la culpa, nunca falla. Especialmente si el culpable es un país desarrollado. El sentimiento nacionalista tiende a ser muy fuerte en los países pobres. Y lo es también el nivel de anti-americanismo.

Este anti-americanismo puede ser una de las bases de su política exterior y el diseño de un discurso “anti-yankee” puede tener una alta rentabilidad política. Verá como los estratos

⁶ Autor anónimo, “Marcha Peronista”. Se habría cantado primera vez en la Casa de Gobierno el 17 de octubre de 1948 durante el gobierno de Juan Domingo Perón.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 35

más vulnerables asociarán nuestras ardientes palabras a una manifestación de valentía y creerán que nos estamos jugando la vida en defensa “del pueblo”. Los foros internacionales son un excelente ámbito para desarrollar este tipo de discursos.

Recordemos algunos años atrás (2005), cuando se hablaba de la iniciativa de una zona de libre comercio “desde Alaska a Tierra del Fuego” el entonces presidente de Venezuela, Hugo Chávez, lanzó la frase: “ALCArajo”, manifestando –con supuesta valentía- su rechazo a la propuesta. Pero paradójicamente, aquella Venezuela de Chávez –a pesar de este discurso anti-norteamericano- destinaba la mitad de sus exportaciones a los Estados Unidos, tal como se desprende de los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Venezuela. Poniéndolo de otra forma: la mitad de los ingresos por exportaciones venezolanas provenían de las compras de aquella “potencia imperial”. Es decir que más allá de su discurso anti-yankee bajo el gobierno de Chávez existían “relaciones carnales” entre Venezuela y los EE.UU. Detrás del rechazo existía un “noviazgo comercial”. De más está decir, que su sucesor Maduro mantiene la misma línea en su

financiamiento y discurso. Pero lo importante para nosotros es que esta aparente contradicción, continúa funcionando en términos de la aprobación popular.

También, frases como las del presidente ecuatoriano Rafael Correa manifiestan esta creencia de suma cero subyacente en los vínculos con el mundo. Un ejemplo de ello es cuando decía: *“Nosotros no vamos a estar en función de las transnacionales, las transnacionales deben estar en función de las políticas de un Estado soberano como es el Estado ecuatoriano. Si petroleras no renegocian en Ecuador que les vaya bonito”* (junio 2010).⁷

También Fidel Castro utilizó muy bien la herramienta de la victimización. La herramienta del “bloqueo” de Estados Unidos hacia Cuba es la “opus magna” en este sentido. Tal como señala Blasco M. Peña herrera Padilla, se generó hábilmente el concepto de bloqueo para denominar a la decisión por parte de los Estados Unidos de no comerciar con Cuba como

⁷ País en vivo, Ecuador. 10 de junio, 2010.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 37

represalia a la incautación de empresas estadounidenses llevada a cabo a pocos del inicio del gobierno de Fidel.⁸ En tal situación, se puso a la isla como víctima del imperialismo norteamericano y se le adjudicó a esa medida la paupérrima situación que vivía el pueblo cubano, evadiendo las verdaderas causas. La siguiente frase de Fidel refleja la gran comunicación que un líder populista puede hacer de una situación de este tipo, echando la culpa al imperialismo:

“Y, efectivamente, con la agresión económica de que han hecho víctima a nuestro país, y con mucho menos, habrían derrocado a cualquier gobierno en Cuba los imperialistas. Pero lo que en Cuba está ocurriendo es un fenómeno revolucionario, y no es lo mismo derrocar a un gobierno que destruir a una revolución; y lo que habría bastado para cambiar cualquier gobierno,

⁸Blasco M. Peñaherrera Padilla, “Cuba, el cuento del bloqueo”. Cato Institute, 20 de enero, 2006.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 38

*ino alcanza ni para hacerla mella a la Revolución
Cubana!”⁹*

Aunque los psicólogos digan que echar culpas es negativo, no haga caso. En uno de los capítulos de su libro “Gente tóxica”, el psicólogo Bernardo Stamateas habla del estereotipo del “meteculpas” (la persona que echa la culpa a los demás por sus malos resultados) y dice que la culpa es uno de los sentimientos más negativos que puede tener el ser humano y una de las maneras más utilizadas para manipular a los otros. Lo contrario a echar culpas, es hacernos cargo de los problemas e intentar resolverlos, pero lo más simple –para el “meteculpas”- es evitar ese camino largo y tortuoso. Desoiga a quienes le digan que un país que echa culpas es un país que no ha madurado, y que las personas “meteculpas” tampoco. Yo le garantizo que funciona.

⁹Discurso en la Clausura de la Plenaria Nacional de la FNTA, CTC, La Habana, el 19 de diciembre de 1960.

La archi-famosa obra de Eduardo Galeano, “Las venas abiertas de América Latina”¹⁰, obra popularizada mundialmente al ser entregada por Hugo Chávez a Barack Obama en la Cumbre de las Américas de Trinidad y Tobago¹¹, es una muestra del éxito de la victimización. Entonces recuerde: victimícese, victimice al país y a los más pobres. Esa fórmula nunca falla. Genera una identificación emocional automática con los sectores de menores recursos que no tuvieron la suerte de acceder a una formación más sofisticada y que no comprenden bien todo esto de la economía y la política. Y recuerde (repito una vez más): mantenga elevados los niveles de pobreza y baja la educación. Ese clima social es el ideal para nuestro discurso.

¹⁰Eduardo Galeano, “Las venas abiertas de América Latina”. 1971.

¹¹ “Chávez y Obama convierten en 'bestseller' el libro de Galeano”. El País, 19 de abril, 2009.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 40

Cuarto. No dirija su mensaje a la razón de los ciudadanos, sino a las emociones del pueblo

Tenga en cuenta que la lógica es un patrimonio exclusivo de los sectores mejor acomodados en la sociedad. Pero los sentimientos son de toda la población. En consecuencia, lleve su comunicación por el lado de las emociones: bese bebés, abrace abuelas, recorra las zonas más humildes y arme operativos que le permitan comunicar al resto de la sociedad sus acciones. Cada beso a un bebé tendrá un efecto multiplicador difícil de mensurar. Analice la distribución de ingresos de su sociedad y compruebe por Usted mismo que la mayor parte de la gente es pobre, en consecuencia, desarrolle discursos sobre los temas que les interesan a ellos. Utilice sus palabras. No tenga miedo de utilizar vocablos considerados impropios o no académicos: así habla el pueblo. No despilfarrar energía en complejos discursos sobre temas económicos, institucionales o técnicos. La mayor parte de la gente no sabría qué se refiere si les hablara de temas tales como imperio de la

ley, restricciones constitucionales, derechos individuales, déficit fiscal, gasto público, endeudamiento público, presión tributaria, etc. Vaya directo al resultado y comunique con claridad y simpleza.

Recuerde el valor de lo visual, por sobre otras formas de comunicación. Recientes estudios señalan que de los 11.000.000 de bits de información que ingresan por segundo a través de nuestros sentidos, más de 10 millones lo hacen a través de la vista. En consecuencia, los ojos serán los reyes en nuestra comunicación.¹² Ya lo señalaba intuitivamente Nicolás Maquiavelo cuando afirmaba: *“En general, los hombres juzgan más por los ojos que por la inteligencia, pues todos pueden ver, pero pocos comprenden lo que ven.”*¹³

La demanda social de líderes carismáticos constituye un propicio caldo de cultivo para la propaganda, tal como la implementaba Joseph Goebbels en la Alemania Nazi. No nos

¹²George Markowsky, “InformationTheory”. EncyclopædiaBritannica Online.

¹³ Nicolás Maquiavelo, “El príncipe”.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 43

dedicaremos en este ensayo a ahondar en este tema, pero sí queremos dejar en claro que las imágenes fuertes y los mensajes simples constituyen el corazón de una comunicación exitosa. Del pensamiento de Goebbels se derivan algunos principios comunicacionales que no fallan tales como: la vulgarización (*“Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida”*); la orquestación (*“La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente”*); la existencia de un enemigo único: acusemos a ese enemigo de todos nuestros males como sociedad; la trasposición (*“Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan”*); la exageración: convirtamos las noticias en amenazas graves; la unanimidad: convenzamos al pueblo de que existen argumentos consensuados y aprobados masivamente; entre otros.

Y hacemos énfasis en una diferenciación entre “el pueblo” y “el ciudadano”, ya que el primero (el pueblo) es una unidad superior a la sumatoria de las partes, con identidad propia que se mueve por la lógica de masas. Mientras que el segundo (el

ciudadano) es un individuo, un ser racional, pensante y capaz de tomar decisiones en base a la razón. Nosotros debemos apuntar –obviamente- al primero (el segundo es más complicado y, además, una cantidad menor).

En este contexto, apele al nacionalismo, a la patria, al orgullo de “lo nuestro”, a la defensa de los intereses del pueblo. Los sentimientos tribales todavía están vivos y se verán identificados y reconocidos en los conflictos con otros países, en la nacionalización de empresas, la protección de la producción nacional a través del cierre de las importaciones. Incluso en políticas tales como el “Fútbol para todos” (aplicada en Argentina que brinda acceso televisivo gratuito para toda la población). A pesar del paso de tiempo, la antigua fórmula romana de “pan y circo” goza de excelente salud.

También es interesante tomar en cuenta el aprendizaje que realizó la izquierda a partir de lo que podríamos denominar “giro gramsciano” y su aporte a la masificación de esas ideas. Si bien Karl Marx desarrolló los conceptos de estructura

económica y superestructura cultural -él sostenía que la estructura económica determinaba a la superestructura cultural- algunos años más tarde, el italiano Antonio Gramsci (1891-1937) -desde la cárcel- revisó aquellos conceptos marxistas y concluyó que la lógica era inversa: la superestructura cultural era la que determinaba la estructura económica. En consecuencia, la izquierda tomó sus consejos y enfocó sus energías en la comunicación para influir en la cultura. En consecuencia, vemos, que hoy tanto desde la izquierda como la derecha se recurre a la comunicación como una herramienta clave en el éxito político.

Un mensaje simple, claro, colorido y popular será la base de una comunicación exitosa. Simplifique las ideas, utilice palabras de fácil comprensión, eche la culpa al imperialismo, al capitalismo y a la burguesía (como señalamos en el punto respectivo). Enamore al pueblo.

De más está decir que para comunicar debemos tener en nuestro poder -de forma directa o indirecta- los medios de

comunicación. En caso de ser posible, estate los medios existentes o cree nuevos medios de comunicación que compitan con los que ya funcionan. Otra herramienta – complementaria- es la manipulación de los medios privados. Ya lo decía Lenin: *“los capitalistas nos venderán la soga con la que los ahorcaremos”*. Muchos medios privados están ávidos de publicidad estatal o de recibir sobres con dinero por referirse a determinados temas o silenciar otros. Lamentablemente no todos los medios. Algunos prefieren preservar su prestigio y credibilidad. Pero nosotros debemos trabajar sobre los primeros.

Tengamos en cuenta que quienes manejan nuestra comunicación son piezas clave en la determinación del éxito de nuestra gestión. Toda comunicación debe estar basada en la empatía, como virtud psicológica, la cual nos permite ponernos en el lugar del otro, especialmente en las emociones del otro. En las preocupaciones, anhelos, desafíos, prioridades de quien nos escucha. Lo que estoy diciendo no es novedoso, sino que tiene que ver con lo que cualquier compañía privada realiza de forma habitual a la hora de intentar posicionar en el

mercado un producto y venderlo. El marketing –como área del conocimiento orientada a descifrar el mercado, comprenderlo y satisfacer al cliente- se nutre de las más diversas ciencias para lograr su cometido. Las modernas tecnologías –por ejemplo, el diagnóstico por imagen de resonancia magnética- nos permiten incluso observar qué áreas del cerebro se activan ante los diferentes “inputs” que recibe la persona. Hoy las neurociencias también pueden estar al servicio de la política y la manipulación de la población. Las empresas privadas saben esto e invierten en poderosos e interdisciplinarios departamentos de marketing y comunicación, orientados a comprender “qué” quiere el consumidor, de qué forma comunicarlo de manera más efectiva y por dónde va el valor de fondo detrás del producto o servicio que se vende.

Un punto más: Mienta en su favor. No tenga límites en el uso de este valioso recurso. Puede hacerlo de forma más grosera o de forma más sutil. Por ejemplo, interviniendo las instituciones oficiales de estadísticas para que den resultados favorables u ocultando los datos que no le sean recomendables mostrar. Recuerde que el político británico Benjamín Disraeli señalaba

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 48

que hay tres tipos de mentiras: las mentiras, las malditas mentiras y las estadísticas, en referencia a la posibilidad que pueden existir de seleccionar los datos que comunicamos. En la actualidad, países como la Argentina utilizan muy bien esta herramienta. Por ejemplo, recientemente el ministro de Economía Kicillof ha negado la existencia de pobreza argumentando que contar "el número de pobres" que hay en el país sería estigmatizarlos.¹⁴ En consecuencia, no hay estadísticas oficiales sobre la pobreza. Ergo, si no medimos los pobres, no hay pobres. Mientras tanto, las estadísticas privadas muestran que el número de habitantes bajo la línea de pobreza ha crecido de manera alarmante durante los últimos diez años y que uno de cada cuatro argentinos se encuentra en esa circunstancia lamentable. Otra forma de actuar es perseguir a quienes publican estadísticas desfavorables. Tal como ha hecho en aquel país el entonces Secretario de Comercio Guillermo Moreno cuando condenó y multó a la Asociación de Dirigentes de Empresas (ADE) por publicar estadísticas de inflación que duplicaban a la baja inflación publicada por el instituto oficial de estadísticas, el

¹⁴Martín Kanenguiser, "Kicillof no quiere hablar del número de pobres porque dice que los estigmatiza". La Nación, 27 de marzo, 2015.

INDEC. En el mismo contexto de aquella (actual) Argentina, el mencionado organismo publica datos poco creíbles y absolutamente distantes de las mediciones privadas. Por ejemplo, las cifras de inflación del INDEC fueron en algún momento un tercio de las mensuradas por privados (30 por ciento). En tal situación, un grupo de economistas “anónimos” (el anonimato como medio de protección) debió desarrollar el sitio web www.inflacionverdadera.com para poder publicar los datos por ellos elaborados sin riesgo.

También Usted puede recurrir a una forma más “amigable” de influir sobre la opinión pública: sobornar a los institutos privados que publican habitualmente estadísticas, a efectos de que muestren resultados que nos favorezcan o para que no muestren aquellos que nos desfavorecen. Esto es especialmente valioso en momentos pre-electorales, donde – se estima- que los resultados de las encuestas influyen el voto de la gente.

Y recuerde: no importa tener la razón, sino convencer al pueblo de que la tenemos (tarea que es mucho más fácil y divertida).

Quinto. Haga crecer mucho (pero mucho) el gasto público

Que no le tiemble el pulso: utilice los recursos del Estado para hacer cumplir su valiosa e histórica misión. Haga caso omiso de quienes dicen que un elevado gasto público es negativo. Usted está invirtiendo en el bienestar de su pueblo.

Sus críticos recurrirán a personajes como Milton Friedman quien hacía referencia a la notable tendencia del incremento del “mal usado” gasto público. Milton Friedman, Premio Nobel de Economía 1976, solía comentar que *“nadie gasta el dinero de otro con el mismo cuidado que gasta el propio”*¹⁵ y es justamente la falta de correspondencia entre quienes pagan por el gasto público y quienes gozan los beneficios de este gasto, la fundamental fuente que incentiva este

¹⁵Milton Friedman, “El verdadero almuerzo gratis”. Conferencia realizada en Cato Institute, 31 de julio de 2002.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 52

comportamiento. No haga caso a estas críticas y siga hacia adelante: cuánto más gaste, más feliz será su pueblo.

Como dijimos, es posible que en algún momento asfixie a la economía y las consecuencias sean visibles. En ese caso, eche la culpa a otros (ver punto respectivo) de esta “tragedia redistributiva”.

Asimismo, si el endeudamiento de su país entra en crisis, también culpe al mundo por ello. Aproveche conceptos tales como los de “fondos buitres”¹⁶(tal como dijo la presente argentina Cristina Fernández de Kirchner ante la Organización de Naciones Unidas: *“No solamente son terroristas los que andan poniendo bombas, también son terroristas los que desestabilizan un país provocando hambre a partir de la especulación”*) o “capitales golondrina”¹⁷ (como afirmo Correa: *“Ecuador no necesita de capitales golondrina que dejan*

¹⁶ “En la ONU Cristina Kirchner acusó a los fondos buitres de realizar “terrorismo económico y financiero””. La Nación, 24 de septiembre, 2014.

¹⁷ “Presidente Correa: Ecuador no necesita de capitales golondrina que dejan arruinado un país”. Ecuador inmediato, 11 de julio, 2009.

arruinado al país”), y no deje que nadie le diga que su comportamiento fiscal es dañino para la sociedad. No se haga cargo de los argumentos de los enemigos y diga que la culpa no es suya sino es de los demás. Se emocionará al ver como el pueblo apoyará su discurso. Dígales que la causa de su pobreza es de los capitales que viven a costa del país.

Ignore y evite todo debate en torno a limitar el endeudamiento público (y obviamente el gasto público). Recuerde muy bien de utilizar el concepto de “deuda externa”, haciendo alusión a que los acreedores son poderosos capitalistas del exterior que buscan colonizar, invadir y controlar a su Nación. Tenga cuidado con algunas propuestas, tales como las del Premio Nobel de Economía James Buchanan, que quieren establecer restricciones constitucionales al endeudamiento. No las acepte. Recuerde que la Constitución debe estar a su disposición (de paso le aconsejo: si puede haga una a su medida). En este sentido, es importante que nunca olvide que –en caso de existir división formal de poderes- todos los poderes deben ser instrumentos de su mandato.

Volviendo al tema fiscal. No haga caso a quienes lo acusen de tener un comportamiento fiscal predatorio, que salvajemente destruye a la sociedad. Por ejemplo, desoiga obras como las de Mancur Olson quien en “Poder y Prosperidad” argumentaba que el origen del Estado podría ser visto como el remplazo de bandas de asaltantes y saqueadores, por un bandido estacionario que se ha instalado para regir sobre una sociedad durante un largo período. Señalaba Olson que mientras la banda de asaltantes no se preocupaba para nada por el área saqueada, el bandido estacionario, que desea vivir a costa del área en forma permanente, debe tener en cuenta las condiciones y los incentivos de los sujetos que producen de modo que permanezcan produciendo y, en consecuencia, creando algo para que él pueda robar, a través de un tributo, año tras año.

Emitir dinero es otra forma de financiar el incremento del gasto público. Emita, emita, emita dinero. Imprima billetes con su rostro, el de sus parientes y admirados próceres. Al principio no verá ningún efecto negativo de esta emisión monetaria descontrolada. Pero luego sí, verá las consecuencias en la

pérdida de poder de compra del dinero, más conocida como inflación. En ese caso, nuevamente culpe a los demás: a los productores, los comerciantes, etc. que no piensan en el país.

Los intelectuales críticos dirán que somos adictos a un gasto público creciente y descontrolado. Dirán que nuestro comportamiento es comparable por la temporalidad de sus costos-beneficios con otras conductas adictivas que aquejan al ser humano. Tal como el caso del alcoholismo, que en una primera etapa genera un efecto “euforia”, vislumbrable por ejemplo en la “alegría consumista” en las primeras instancias del incremento del gasto público, pero en una segunda fase deviene en una caída del nivel de actividad, como consecuencia de la pérdida de valor del dinero.

El economista Arthur Laffer –asesor del presidente de Estados Unidos, Ronald Reagan- sostenía que la mayor presión impositiva repercutiría en menor recaudación tributaria. No dé importancia a este principio. El empresario que se quiera ir: que se vaya. Pero debemos recaudar lo suficiente para poder

llevar adelante nuestros planes y que el pueblo permanezca contento y tranquilo. Quien quiera trabajar, deberá pagar estos impuestos y sino manejarse en el mercado negro, que tan relevante es en nuestros países.

Recuerde: Usted no es ningún predador. Si extrae dinero de los sectores más competitivos de la economía es para dárselo a los más humildes. Y por esa acción, tiene derecho a apropiarse de una porción del beneficio que genera.

Sexto. Concentre el poder

La división de poderes puede debilitar su liderazgo hegemónico. Pase por encima de los demás poderes. Usted tiene una misión divina que cumplir y todos los poderes son instrumentos de esa misión. Ha sido elegido por la gente y puede hacer lo que quiera. Nunca se olvide que “la voz del pueblo es la voz de Dios” (*“Vox populi. Vox dei”*).

Haga que los tres poderes trabajen para Usted. El Congreso debe ser una escribanía o notariado, que simplemente avale automáticamente sus decisiones. La Justicia debe estar integrada por jueces adictos, que convaliden sus decisiones. Para lograr este cometido es un fundamental contar con una ágil y profesional Secretaría de Inteligencia que maneje información clave e íntima de cada persona, y que sea capaz de controlar e influir sobre sus decisiones y, asimismo, alinear a quienes se “porten mal”.

También el federalismo puede ser una institución que quiera limitar su poderío absoluto. Con buen funcionamiento, el federalismo fiscal puede dar a cada municipio, y a cada Estado, recursos que no pasen por el gobierno nacional / federal. Usted debe tratar de que todos los recursos dependan del gobierno nacional / federal. De acuerdo a la legislación vigente en su país, vea la forma para que todas las decisiones pasen por su escritorio. Si las provincias / estados dependen de fondos que debe darles el gobierno central, Usted podrá hacerse un festín con ello y alinear a los gobernadores hacia las metas que disponga.

Concentre el poder y distribuya privilegios económicos. Algunos economistas –como Gordon Tullock y James Buchanan- identificaron el concepto de “búsqueda de renta” para denominar a la ganancia empresaria derivada de privilegios obtenida por parte de grupos de intereses específicos. La contracara de este proceso (negativo para la sociedad, según ellos) es la “búsqueda de ganancia”, es decir una rentabilidad empresaria derivada de la competencia en el mercado abierto. Desoiga esto y ponga sus energías en

distribuir privilegios: esto le permitirá controlar los mercados y, asimismo, generar empresarios aliados y socios en los negocios. Perderán los consumidores, pero es muy posible que ellos ni se den cuenta de lo que está sucediendo.¹⁸ También Mancur Olson, en su obra “Auge y decadencia de las naciones”¹⁹, explicaba la forma en que las sociedades modernas van acumulando coaliciones distributivas las cuales si bien son débiles económicamente o de baja productividad, cuentan con una alta capacidad de acción colectiva. Esto significa capacidad de reunirse, ponerse de acuerdo e influir efectivamente sobre los hacedores de política para diseñar reglas de juego a su medida y en detrimento del resto de la sociedad. Así, por ejemplo, el pago de sobrepagos en las compras públicas representa un beneficio para quienes lo cobran (un grupo pequeño y bien organizado), pero un perjuicio para quienes lo pagan (un grupo voluminoso y con escasa capacidad de acción colectiva).

¹⁸ James M. Buchanan, “Rent Seeking, Non compensated Transfers, and Laws of Succession”. *Journal of Law and Economics*, Vol. 26, No. 1 (Apr., 1983), pp. 71-85. The University of Chicago Press for The Booth School of Business of the University of Chicago and The University of Chicago Law School.

¹⁹ Mancur Olson, en su obra “Auge y decadencia de las naciones”. Ediciones Ariel, 1986.
Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 60

La concentración del poder le permitirá llevar adelante sus políticas sin ningún tipo de límites, por lo cual es fundamental para Usted lograrlo y mantenerlo.

Séptimo. Eternice la pobreza

Este punto es fundamental. Preserve o incremente la cantidad de pobres. Será un segmento del mercado electoral de fácil convencimiento y preservación. Como comentábamos al inicio del presente ensayo, desarrolle programas específicos que los hagan dependientes de su continuidad. Haga que los más humildes sean “adictos a Usted”.

Los críticos dirán que estas prácticas perpetúan la pobreza. Puede ser. Pero también perpetúan la fidelidad de un votante de bajo costo por unidad (al menos para nosotros, los gobernantes). Cuánto menores sean los recursos y la instrucción de los votantes, más fácil será conquistarlos con argumentos más simples e incluso falsos. Entonces ¿quién dijo que perpetuar la pobreza no es políticamente rentable? Contrariamente, el voto instruido, educado, bien alimentado y con capacidad de generación de recursos, nos exigiría más a los gobernantes. Nunca estaría satisfecho y nos pediría

siempre más, más y más. Y, justamente, queremos evitar el *stress* de gobernar bajo tal presión.

En sus discursos públicos, diga que la lucha contra la pobreza es una prioridad. Diga que cada vez hay menos pobres. Pero sepa que el mantenimiento de un amplio sector de la población vulnerable es uno de sus más preciados activos.

Octavo. Usted es el salvador de su pueblo

No haga caso a los psicólogos que le diagnostiquen un complejo de inferioridad, y que indiquen que esto es lo que le lleva a querer sentirse por encima de todos los demás. Todos ellos odian a los pobres.

Tenga muy claro que Usted ha sido bendecido con un poder especial, ha sido elegido por un destino de grandeza del que no puede escapar. Su poder terrenal es apenas un síntoma del gran mandato universal que debe cumplir.

Los enemigos del líder populista son los enemigos del pueblo. Desoiga y pase por encima de todas las restricciones que le quieran imponer. Quienes pretenden que prevalezca el sistema de “frenos y contrapesos” ideado por Montesquieu sólo quieren aplicar el principio de “divide y reinarás” para aprovecharse de un débil pueblo.

El fin de la Edad Media tuvo que ver con la capacidad de una burguesía ciudadana de poner límites al monarca absoluto. Se negoció dinero por reconocimiento derechos, que comenzaron a dar un plafón institucional que permitió un crecimiento económico nunca antes visto, como fue la Revolución Industrial. El fin del corporativismo medieval abrió los mercados a la competencia, terminando con los monopolios establecidos desde los gremios. Este triunfo del capitalismo deshumanizó a la sociedad.

Finalmente: El fin justifica los medios y todo vale para mantener y preservar su poder. Y es fundamental trabajar sobre su sociedad no sólo en el nivel de las instituciones formales (las jurídicas, las agencias de gobierno, etc.) sino también en las instituciones informales. Douglass North –en un enfoque casi socio-psicológico- nos hablaba no sólo de la importancia de las instituciones formales de cada sociedad, sino de las informales. Es decir, aquellas instituciones invisibles que gobiernan –de forma consciente e inconsciente- las

decisiones de las personas. En consecuencia, la preservación de su orden requerirá un trabajo sobre el “sistema operativo” de la sociedad con la meta evitar una “reprogramación” de valores, hábitos y costumbres, sobre el que se podría asentar el nuevo edificio de las instituciones formales, más visibles y evidentes.²⁰

Esperamos que estas breves reflexiones le hayan sido de utilidad para preservarlo en el poder por muchos, pero muchos años, como defensor de los intereses nacionales frente al egoísmo de los extranjeros, así como del capitalismo local. Y lo ayude a caminar junto a un pueblo humilde -pero fiel- en esta senda de liberación de la opresión.

²⁰North, Douglass, “Instituciones, cambio institucional y desempeño económico”. Fondo de Cultura Económica de España, 2012.

Martín Simonetta, “Ocho principios que un líder populista no puede ignorar” 66

Bibliografía

- Buchanan, James, y Tullock, Gordon, “El cálculo del consenso: fundamentos lógicos de la democracia constitucional”. Planeta-De Agostini, 1993.
- Freidenberg, Flavia, “¿Qué es el populismo? Enfoques de estudio y una nueva propuesta de definición como un estilo de liderazgo”. Instituto de Iberoamérica, Universidad de Salamanca, Noviembre 2012.
- Friedman, Milton, “El verdadero almuerzo gratis”. Conferencia realizada en Cato Institute, 31 de julio de 2002.
- Galeano, Eduardo, “Las venas abiertas de América Latina”. 1971.
- Gramsci, Antonio, “Cuadernos de la cárcel”. México, Ediciones ERA-Universidad Autónoma de Puebla, 2001.
- Hobbes, Thomas, “El leviatán”.
- Jung, Carl, “Los arquetipos y lo inconsciente colectivo”. 1933 y 1934.
- Maquiavelo, Nicolás, El príncipe (1531), trad. por Helena Puigdomenech, Madrid, ed. Tecnos, 1998.

- Marx, Karl. “El Capital”. Fondo de cultura Económica. Edición en español de 1959. Reimpresión de 1995
- North, Douglass, “Instituciones, cambio institucional y desempeño económico”. Fondo de Cultura Económica de España, 2012.
- Olson, Mancur, “Auge y decadencia de las naciones”. Ediciones Ariel, 1986.
- Pareto, Vilfredo, Tratado de sociología general (1916).
- Thacker, Toby, “Joseph Goebbels: Vida y muerte”. Ariel, 2010.
- Weber, Max, “Sociología del poder: los tipos de dominación”, Alianza (2012).



Martín Simonetta

www.martinsimonetta.com.ar

Instagram: **@martin.simonetta**

Twitter: **@martinsimonetta**

La presente obra pretende mostrar, por la vía del absurdo, algunos de los principios que rigen el pensamiento y la acción de los líderes populistas. Asimismo, la forma en que este perfil de gobernantes pasa por encima los conceptos de Estado de Derecho y Libertad, basando su misma omnipotencia en la voluntad de las mayorías.

