



A NUESTROS LECTORES

"Tres cosas hay que me desbordan y cuatro que no conozco: el camino del águila en el cielo, el camino de la serpiente por la roca, el camino del navío en alta mar, el camino del hombre en la doncella" dice el libro bíblico de los Proverbios. Podríamos añadir una quinta cosa: cuánto influyen los medios en una campaña electoral.

Para empezar a salir de esta ignorancia práctica decidimos indagar la relación medios-campaña en Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Colombia, Perú y Argentina, países con campañas relativamente recientes. Nos falló la contribución colombiana, pues más pudo la falta de tiempo que la buena voluntad del autor invitado. El ensayo dominicano nunca llegó por culpa de correos y por distracción del autor al no haber sacado una copia de su trabajo. ¡Lástima: un verdadero acto fallido xerocópico! El mérito de los ensayos que publicamos es haber tratado el tema en su contexto. Se ilumina así y llena de sentido la relación medios-campaña electoral. Por este motivo abrigamos la esperanza de que este número de *Chasqui* sea útil también a políticos y gente de campañas.

Los casos de la reelección de Reagan, el debate sobre Waldheim, el triunfo en segunda vuelta de un perdedor en la primera ronda de las elecciones de presidente ecuatoriano, —casos recogidos en la sección *Experiencias*— ilustran, el primero, la guerra no siempre leal de la publicidad política y el impacto poco eficaz de los medios en la decisión final de los electores de los Estados Unidos; el segundo, cómo puede distorsionarse un debate en el desigual suelo de las emociones nacionalistas; el caso ecuatoriano ilustra la vigencia del dicho clásico de no dormirse en los laureles que aquí vienen a ser un símbolo de los peligros del lenguaje abstracto en una concreta, áspera y ríscosa campaña electoral. En fin, la entrevista sobre medios y campañas políticas en los países escandinavos es ricamente informativa sobre el funcionamiento de la publicidad política en naciones de antigua raigambre democrática y sistemas pluripartidistas.

El material de reseñas de libros y revistas complementa la intención de explorar desde varias perspectivas el fenómeno medios, comunicación y elecciones.

Con este número damos comienzo a una sección de *Cartas de los Lectores*. Si bien una sección semejante tiene más sentido en revistas de aparición mucho más frecuente que la nuestra, con todo puede convertirse en un camino que traiga la opinión sincera y crítica de quienes son la razón de ser de *Chasqui*. Esperamos una respuesta adecuada que justifique el nombre de esta publicación: correo andino, latinoamericano, portador de ideas, vida, cambios, retos y esperanzas.

Jorge Mantilla Simón Espinosa

EN ESTE NUMERO

2 EDITORIAL

- 2 Campañas políticas y comunicación
Luis E. Proaño

4 CARTAS

5 ENTREVISTA

- 5 Función política de los medios en Escandinavia
Karen Siune

12 ENSAYOS

- 12 Argentina 1983: La campaña electoral en una transición política
Ariana Vacchieri
- 19 Costa Rica 1986: Una democracia amenazada
Manuel Rojas Bolaños
- 26 Perú 1985: Rescate de la memoria colectiva
María Teresa Quiroz
- 33 Venezuela 1983: Impacto de la crisis económica
Alfredo Keller R.

43 EXPERIENCIAS

- 43 Austria 1986: Impresiones del periodismo político
Holger Rust
- 49 Ecuador 1984: Propaganda electoral en la prensa de Quito
María del Carmen Cevallos
- 56 Estados Unidos 1984: Estrategia de comunicación: la elección presidencial.
Stephen Bates

65 ACTIVIDADES DE CIESPAL

68 NUEVAS TECNOLOGIAS

- 68 Flujos de datos transfronteras y cuestiones afines
Eduardo Contreras Budge

76 DOCUMENTOS

- 76 Primera Reunión de Jamaica sobre Innovación Tecnológica en Educación
- 79 Cuarta Conferencia Mundial de Noticias en Radio y Televisión

82 NOTICIAS

88 RESEÑAS

94 HEMEROGRAFIA

97 BIBLIOGRAFIA

99 SECCION EN PORTUGUES E INGLES

ARGENTINA 1983

La campaña electoral en una transición política

ARIANA VACCHIERI

La Argentina de las elecciones de 1983 era, como país y sociedad, muy diferente de la de 1976. Los cambios económicos de signo negativo para la mayoría, los efectos de la represión y la derrota en el Atlántico Sur habían desgastado al régimen de facto. ¿Quiénes articularon la resistencia? ¿Cuál fue la función de los partidos políticos? ¿Hubo otros actores sociales? Ariana Vacchieri analiza en apretada síntesis el papel del Radicalismo y Justicialismo —los dos mayores partidos— en la historia argentina y en el proceso electoral del '83, para luego interpretar los respectivos discursos políticos tanto a la luz de una cierta lectura del pasado, referente necesario para construir el ahora, como en una relectura a través de la teoría de la comunicación. Deja así en claro la importancia de un medio como la televisión y el porqué del éxito de las operaciones discursivas de Alfonsín.

La desembocadura de la dictadura militar encuentra un país y una sociedad notablemente distintos de aquellos de 1976. Los cambios (las involuciones) habían marcado a todos los sectores: unos pocos enriquecidos y con enormes áreas de poder; el resto, destruido y pauperizado. Pueden señalarse como características principales la reducción y el deterioro de la pequeña y mediana industria, el aumento del eufemísticamente denominado "cuentapropismo", el crecimiento de la población definida técnicamente como de pobreza extrema, una abultada deuda externa y una secuela de presos, muertos y desaparecidos.

En medio de este panorama resultado de años de represión y vaciamiento económico, existió un factor central que provocó el colapso del régimen militar: la derrota en la guerra del Atlántico Sur. El 30 de marzo de 1982, dos días antes del comienzo de la guerra, se produjo la primera movilización masiva desde la instalación de la dictadura.¹ Dicha marcha de protesta, convocada por la CGT (y no por los partidos políticos) bajo la consigna de "Paz, pan y trabajo" y por el fin de la dictadura, si bien fue violentamente reprimida y no cumplió su objetivo de llegar ante la Casa de Gobierno para manifestar sus reivindicaciones, sacudió la inercia en la que venía manejándose la oposición a la dictadura: partidos políticos sin articulaciones ni propuestas y la CGT y el Movimiento de

Derechos Humanos recortándose como los núcleos del enfrentamiento.²

El 2 de abril de 1982 se desató la Guerra de las Malvinas; este hecho, que reunió el apoyo de grandes sectores de la población ya que la reivindicación de los derechos argentinos sobre las islas es una cuestión histórica para nuestro país, destruyó con la aplastante derrota sufrida el último reducto de legitimidad que aún pudieran conservar los militares en algún sector de la sociedad: se habían mostrado tan ineptos para la guerra externa como exitosos en su tarea de represión interna.

A partir de entonces, el régimen comenzó a desgastarse aceleradamente: la presión creciente por la cuestión de las violaciones a los derechos humanos (que se tradujo en un rechazo unánime al intento de dictado de una ley de autoamnistía por parte del último presidente de facto), el antecedente del fracaso en la creación de una corriente de opinión favorable al Proceso (hecho en el que ni siquiera estaban de acuerdo todas las líneas internas de las Fuerzas Armadas) y la debacle económica que se espectaculariza con la difusión de las primeras cifras sobre el monto de la deuda externa son algunos de los datos de la crisis.

En 1982, luego de la derrota, se revitaliza la Multipartidaria, que nuclea a los dos partidos mayoritarios (el Radicalismo y el Justicialismo), la Democracia Cristiana, el Partido Intransigente y el Movimiento de Integración y Desarrollo.³ Esta organización llama, en diciembre de este año,

a la realización de una marcha multitudinaria por la sanción del Estatuto de los Partidos Políticos.⁴ La vía de las elecciones estaba abierta. En marzo

Un panorama pre-electoral signado por la represión, el vaciamiento económico y sobre todo la derrota en la guerra del Atlántico Sur.

de 1983 se cierra el plazo para las afiliaciones partidarias con derecho a votar en las internas de los partidos, que dan cuenta de un fenómeno muy significativo: 3 millones de personas se afilian al justicialismo y 1,5 millones al radicalismo (ver cuadro 1). Las elecciones internas de las que surgen los candidatos y finalmente las elecciones nacionales en octubre de 1983 completan el panorama de una acelerada transición. En poco más de un año, los militares que habían declarado no tener plazos de permanencia en el poder, entregaban el gobierno a un presidente civil.

MOVIMIENTOS E INMOVILISMOS

La clausura del espacio público y la poca operatividad de los partidos políticos para nuclear y articular la oposición al régimen dio como resultado la aparición de formas de resistencia novedosas: la principal fue sin duda el Movimiento de Derechos Humanos. "... en todo el desarrollo de la oposición al régimen militar, esta denuncia: "Aparición con vida" y esta propuesta: "Juicio y castigo a los culpables" fueron revelándose como modo de ruptura ante la violencia desatada por la dictadura y lograron cuestionar radicalmente la legitimidad del régimen al poner en crisis los límites de la legalidad que el mismo había querido imponer, la validez misma del proceso represivo desatado con el argumento de la 'lucha contra la subversión' ".⁵ Fue además quien logró movilizar a mayor cantidad de gente en los años más oscuros de la dictadura.

El campo cultural fue otro de los aspectos que merecen destacarse como relevantes en la etapa de la transición e incluso antes. Algunas actividades adquirieron su valor cultural y político "por el acto mismo de su realiza-

ción que pasaba a ser parte del lenguaje";⁶ es así como determinados espacios ocuparon un lugar simbólico de resistencia y fenómenos como el llamado Rock Nacional o Teatro Abierto lograron nuclear a amplios sectores, especialmente de jóvenes, que no estaban articulados en torno de las formas más tradicionales de hacer política.

El sindicalismo, por su parte, comenzó a nuclearse alrededor de la figura de Saúl Ubaldini, en pugna con las "62 Organizaciones" ligadas a la derecha peronista y empezó a perfilarse un sector progresista, el de "los 25" que luego de las elecciones de 1983 van ocupando importantes posiciones al triunfar en las elecciones internas de varios gremios.

La clausura del espacio público y la ineficacia de los partidos para articular una oposición, permitieron formas novedosas de resistencia: el movimiento de Derechos Humanos, la cultura a través del llamado Rock Nacional y el Teatro Abierto. Después se unió el sindicalismo y tardíamente el movimiento estudiantil.

El movimiento estudiantil se reorganiza con un índice de participación aún baja y Franja Morada, expresión universitaria del radicalismo, es el punto hacia el cual confluye la mayoría de los votos en los Centros que comienzan a normalizarse a partir de 1983.

Un párrafo aparte merece el rol de la Iglesia, importante en la transición. Ante lo que se podría denominar acefalía del gobierno de facto (el general Bignone, último presidente militar se limitó a obturar todas las entradas por las que se pudiera investigar el accionar delictivo del Proceso) y una crisis institucional profunda marcada por los enfrentamientos en la propia interna militar, la Iglesia, cuya cúpula había avalado la dictadura y encubierto la represión, se convirtió en una mediadora entre los distintos sectores sociales y articuló el diálogo político.

Dentro de este panorama, el rol desempeñado por los partidos políticos es bastante particular, ya

que su reaparición no está dada por una fuerte presión ejercida sobre la estructura dominante sino porque el cambio de régimen deja un espacio vacío que requiere necesariamente de su presencia. Sin embargo, si lo medimos numéricamente su reentre en la escena política fue triunfal. La suma total de afiliados en el país a todos los partidos políticos en octubre de 1983 era de 6.103.196, más de un tercio del padrón electoral.

El retorno al sistema democrático fue una demanda de toda la sociedad. En tal sentido, los procesos de democracia interna de cada partido se convirtieron en un efecto de demostración hacia afuera. Por eso tal vez el dato más significativo de la transición en lo que a los partidos se refiere haya estado en la interna justicialista. La larga crisis que venía sufriendo este partido desde la muerte del general Perón y la debacle del gobierno de Isabel que terminó con el golpe de estado de 1976 se vio radiografiada en el período de transición: su izquierda absolutamente desmembrada por la represión, su derecha con fuerzas renovadas y la mayor parte de los peronistas des-ubicados, sólo lograron conformar una fórmula electoral encabezada por Italo Luder, presidente del Senado durante el último gobierno peronista. Esta fórmula resultó débil ya que no surgió de la resolución del conflicto interno sino de una compleja transacción con la que ningún sector quedó conforme.⁷

En el radicalismo, en cambio, los procedimientos fueron mucho más



Alfonso se ubicó en el decir verdadero

prolijos. Alfonsín ya había participado en las internas de su partido en 1973, ocasión en la que debió enfrentarse con Balbín, conductor histórico del mismo. En aquel momento fue derrotado, quedando un poco por fuera (por lo menos ante la opinión pública) de las poco claras relaciones de su partido con la dictadura. En 1983 se midió nuevamente con la línea tradicional del radicalismo (Balbín había muerto en 1981) y venció por enormes diferencias.

Los dos partidos a los que nos hemos referido fueron los que a lo largo de todo este siglo reunieron el mayor apoyo popular. El radicalismo, con su líder Yrigoyen, fue el gran partido de la década del 20. Pero a partir del surgimiento del peronismo en los años 40, éste ganó por abrumadora mayoría todas las elecciones en las que se presentó (ya que estuvo proscripto durante muchos años). Ambos partidos se han apoyado históricamente en distintos núcleos sociales: el justicialismo aparece encauzando preferentemente las demandas de sectores bajos mientras que la Unión Cívica Radical congrega a los sectores medios.⁸ Entre ambos aparece una franja no definida que es la que se vuelve hacia uno u otro lado según la coyuntura histórica.

Las plataformas de ambos partidos en las últimas elecciones, sin embar-

La campaña de Alfonsín tuvo un emisor unificado; el destinatario fue la nación entera. Alfonsín habló confidencialmente al pueblo.

go, no se diferenciaban notablemente y la opinión pública tenía una percepción clara de este fenómeno. No fue en una diferencia programática donde se jugó el resultado de las elecciones sino en la diferencia de posicionamiento frente al pasado y frente al régimen emergente por un lado y en el discurso político desarrollado en las instancias previas a las elecciones por otro. A pesar de ello, el resultado electoral fue una sorpresa. Las encuestas de opinión, estrellas de la última campaña, señalaban que ganaría el radicalismo.

Sin embargo los votantes de Alfonsín (y los de Luder por supuesto) opinaban que seguramente triunfaría el peronismo.⁹

La polarización electoral fue el otro dato saliente: los partidos mayoritarios reunieron entre ambos el 92o/o de los votos, cifra que prácticamente borró de la escena a los otros partidos.

La cúpula de la Iglesia Católica avaló la dictadura y encubrió la represión. Ante la acefalía del gobierno del general Bignone, la Iglesia se convirtió en mediadora entre los sectores sociales y articuló el diálogo político.

Cabe señalar que estos números corresponden a los votos para presidente y vicepresidente, (ver cuadro 2). El resultado de las otras instancias (diputados, senadores, concejales) si bien estuvo también altamente concentrado, marcó la aparición de otras fuerzas.

LA CAMPAÑA

La campaña para las elecciones de 1983 fue uno de los datos que marcó cambios en los modos de hacer política con respecto a la década anterior. En las elecciones de 1973 la utilización de la televisión, especialmente en los partidos mayoritarios, ha-

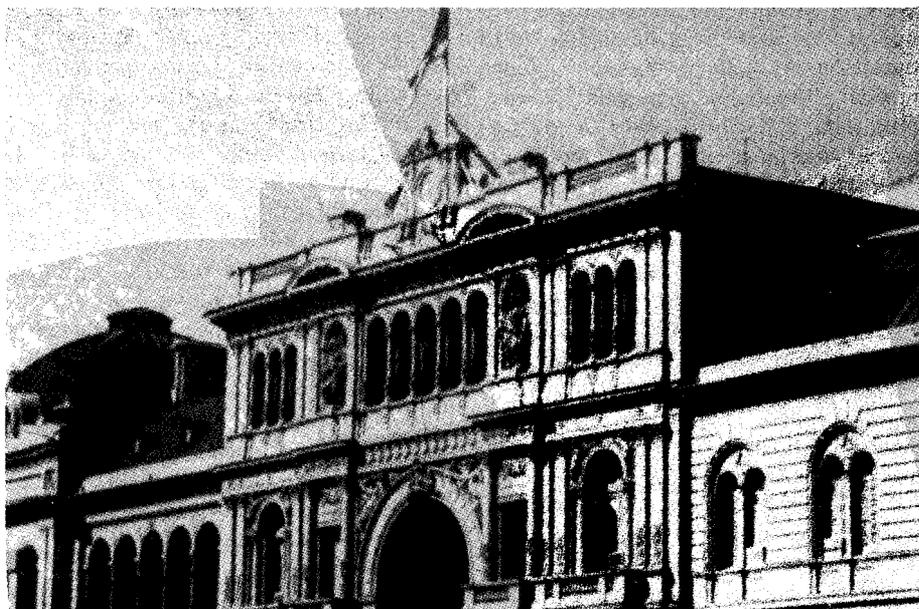
bía sido escasa; la TV aparecía ligada a costosas publicidades de partidos chicos de la derecha que sumaban escasísimos votos. El justicialismo, con el activismo juvenil que arrastró, hizo su campaña con presencia en las calles y pintadas o propaganda mural.

El año 83 inaugura en nuestro país un enorme aparato publicitario puesto al servicio de las elecciones. En el caso del radicalismo, un equipo integrado por los creativos de las agencias de publicidad más importantes fueron quienes llevaron a cabo la campaña en todos los medios de comunicación. En el caso del peronismo fue mucho más borrosa la presencia de un equipo en tanto la campaña estuvo muy diversificada, pero tuvo publicistas trabajando detrás.

La campaña decidió votos de una manera significativa,¹⁰ la técnica marketinera y el uso de la TV conforman su perfil.

En primer lugar, se hizo un uso sistemático de las encuestas y sondeos de opinión pública. Tres o cuatro empresas de estudios de mercado, contratadas en algunos casos por los partidos y en otros por diarios o revistas, realizaron miles de entrevistas cuyos resultados no sólo se publicaban regularmente en los medios sino que servían de datos a los publicistas de los partidos para orientar su tarea.

Por otra parte, el 77o/o de la inversión de fondos de la campaña se utilizó en publicidad televisiva, habiendo grabado la UCR 33 comerciales diferentes y 23 el justicialismo.¹¹ El



La Casa Rosada es la misma, pero cada régimen no es una prolongación del anterior

resto de los fondos se invirtió en formas más tradicionales que tuvieron igualmente gran impacto: una verdadera invasión de afiches y propaganda mural y publicidad en diarios, radios y revistas.

El resultado de las elecciones se jugó no en la diferencia programática sino en la toma de posición de los dos partidos mayoritarios frente al pasado y al régimen emergente, y en el tipo de discurso político.

Los contenidos de las campañas fueron, sin embargo completamente distintos. Mientras el radicalismo llevó a cabo una sola campaña coordinada, el justicialismo presentó tres diferentes: la de Luder presidente, por un lado; por otro, los dos sectores principales en pugna en la interna realizaron campañas paralelas. Este hecho reflejó la crisis del Movimiento. A un emisor fragmentado como el que señalamos le correspondió un receptor fragmentado. La derecha del partido se dirigió a los trabajadores, la izquierda a los jóvenes y "Luder fluctuó entre dirigirse a los partidarios y a los extrapartidarios sin encontrar la fórmula que le permitiera hacerlo al conjunto".¹² Se advirtió además un cierto desprecio por los códigos publicitarios. En los diversos comerciales, Luder no se dirige a los televidentes directamente, el pueblo no aparece como participante sino en segundo plano y no hay un estilo ni un lenguaje continuos. A esto se suma que Luder no aparece como el continuador de Perón y quien sí se presenta como tal es el candidato a gobernador por la provincia de Buenos Aires (y representante de la derecha). En términos estrictamente publicitarios esta campaña no tenía grandes posibilidades de éxito.

Alfonsín, en cambio, utiliza una técnica completamente distinta. Leyendo esta campaña en paralelo con los datos de la recién descrita se puede afirmar que existe un emisor unificado, que el destinatario del discurso es la nación entera, que Alfonsín se presenta como el hombre de los nuevos tiempos (diferenciándose de los militares y de Perón) y el candidato es mostrado no sólo en sus funciones de orador sino también hablando confidencialmente

al pueblo. Además la campaña fue esencialmente homogénea. Su continuidad se percibió en el uso de ciertos slogans fundamentales, gestos, símbolos y hasta tipografías e imágenes a lo largo de varios meses, lo que volvía inmediatamente reconocible el origen de cada publicidad que aparecía.

A pesar del peso fundamental de la campaña, el acto partidario fue la forma más significativa de la comunicación política. Se calcula que alrededor de cinco millones de personas asistieron a los diversos actos preelectorales (de todos los partidos). La cantidad de concurrentes a los actos se convirtió en un indicador importante de las posibles relaciones de fuerza electorales, dados los largos años de referentes partidarios débiles. La televisión no le restó público a los actos sino estimuló la asistencia, mostrando a los espectadores la convocatoria creciente de cada partido.

El 77 por ciento de la inversión de fondos de la campaña se utilizó en publicidad televisiva

EL DISCURSO Y LA MEMORIA

En 1983 se planteó una vez más una problemática que ya había cruzado las operatorias de constitución de otros gobiernos: en la Argentina reaparecía la encrucijada fundacional, el hecho de que cada régimen no es una prolongación del anterior o un mero recambio institucional, sino un fenómeno de otra naturaleza que, por esto mismo, trae aparejada la relegitimación de las instancias que lo conforman.

Este tipo de pasaje o transición de un régimen a otro instala como problema siempre abierto (o reabierto) el trazado de una cierta lectura del pasado que funcione como referente para poder construir el presente, ya sea este pasado el inmediato o el diseño de una cierta tradición en la que inscribirse. En nuestro país parece haberse planteado un pacto institucional que compromete a diversos sectores en el sentido de la no vuelta a un pasado inmediato cuya eventual repetición está



Italo Luder no apareció como el continuador de Perón

vista y construida como una amenaza desde un discurso hegemónico que sintoniza en parte con la memoria social colectiva. La operación de construcción de un pasado en el cual la mayoría pueda reconocerse es una operación eminentemente cultural y en este espacio cultural, atravesado por los diversos sentidos que va adquiriendo la acción social, la memoria aparece como campo de batalla para ordenar la práctica política. Por eso "la posible efectividad de los discursos de la política dependió en gran medida del tipo de intertexto que entablaban con las transformaciones del sentido común y las culturas políticas de los años previos. Fue en la relación entre estos elementos donde se decidió la lucha por la competencia comunicativa política de una coyuntura tan significativa, que por su pretensión refundacional del país

La campaña del Justicialismo tuvo un emisor fragmentado y un receptor fragmentado. El pueblo no apareció como participante. No hubo ni un estilo ni un lenguaje continuos.

tendría tanta capacidad para marcar la lucha político-cultural futura".¹³

El discurso de Alfonsín sintonizó en el punto de conformar el pasado en el delgado resquicio que deja la osci-



lación entre la no repetición y el rescate de elementos que permitan trazar una historia y una tradición en la que los nuevos sujetos políticos puedan incluirse; supo captar ese conjunto mínimo de referentes y, en ese sentido, constituyó al peronismo —su principal adversario— desde su discurso.

En los primeros meses de 1983 predominaba en el discurso político una noción de realidad basada en la descripción de los efectos del proceso militar, dominaba el tono de denuncia de los actos del Proceso y la mayor parte de los discursos se “oían” básicamente iguales. En abril de 1983 Alfonsín, desde un discurso que coloca la ética como núcleo de la política, denunció la existencia de un pacto militar-sindical (el sindicalismo está tradicionalmente unido al peronismo) y logra con esta operación constituir a su oponente ubicándolo en el lugar de continuador de la crisis, de repetición de lo que la sociedad había rechazado, en suma, poniéndolo en el lugar de lo imposible.¹⁴ A partir de ese momento es el propio Alfonsín el que traza el perfil del justicialismo, reconociendo su papel histórico fundamental y reuniendo las banderas históricas del peronismo (la justicia social) y el radicalismo (la democracia). En tal sentido proponía un origen común de la nación y asociaba el pasado común a la innovación democrática y el pasado indigerido a la repetición de la situación de crisis.

Por otra parte, en tanto enunciador de un discurso nuevo, realiza una serie de operaciones discursivas que resultan exitosas. Se puede señalar como características:

a) es un enunciador que por una parte reconoce sus errores y los de su partido y por otra incluye al peronismo en la tradición y le reconoce aciertos: “...en la década del 40 la UCR no interpretó la era industrial y quien sí lo supo hacer fue el entonces coronel Perón...”¹⁵

b) su interpelación incluye a los partidarios, a los adversarios y a los indecisos; “... hay mucha gente que me para por la calle y me dice: ‘Soy peronista pero voy a votar por usted’ y no deja de ser peronista, no está en juego Perón...”

c) la persuasión de Alfonsín apuntaba a ganar la confianza mediante la puesta en escena del saber, la capacidad política y la competencia para la acción. En tal sentido, solía cerrar sus discursos con el recitado del preámbulo de la constitución argentina, (referente deseable para la población después de varios años de atropello de la misma) y citando diversos puntos de la plataforma electoral que aparecía contrastante con el silencio del justicialismo sobre su programa de gobierno. De esta manera, toda deficiencia o problema del país tenía su correlato de resolución. Se ubicó además en el lugar del “decir verdadero”: “Hay una prédica de la democracia, un discurso, un lenguaje que es la prédica y el discurso de la verdad, de la honradez intelectual, de la autenticidad. Hay otra prédica que es la del manipuleo, la de la mentira, la de la injuria...”

Una serie de slogans usados durante la campaña dan cuenta de algunos de los procedimientos que venimos señalando. El radicalismo se definió mediante la frase “Somos la vida”, que contrastaba con dos referentes: por un lado —y obviamente— con la muerte y la tortura que signaron al Proceso, pero también —más sutilmente— con la situación vivida durante el último gobierno peronista (período de fuertes enfrentamientos entre diversos sectores de campo popular y a la vez de éste con la derecha). Esta consigna se vio reforzada por la publicidad cuyo texto decía: “Más que una salida electoral es una entrada a la vida” y la clásica “Ahora todos” que incluía a diversos sectores de la sociedad. El “Ahora” que se reiteró profusamente a lo largo de toda la campaña fue la palabra que estructuró las formas de la propaganda partidaria: “entre el pasado como repetición y el futuro como cambio, el ahora representa la única oportunidad posible”.¹⁶

Frente a este discurso tan articu-

lado y coordinado, el discurso justicialista se constituyó en torno a un “nosotros” de identificación que no pudo ganar la adhesión de los indecisos. La totalidad de los argentinos eran auditores, mientras que los peronistas eran los destinatarios del discurso, destinatarios que, por otra parte, no constituían una escucha homogénea. El discurso parte desde una posición de certidumbre: “Somos el partido más grande de occidente” y “Las fantasías políticas terminan cuando aparece la realidad del peronismo”. Tanto los actos como las propagandas apuntaban a restablecer un contacto que se había debilitado durante los años oscuros, no se necesitaba convencer: la confianza ya estaba ganada. Por eso toda la campaña estuvo signada por otra palabra: “Volveremos” y por Perón como la figura cuyo solo nombre podía arrastrar todo el apoyo popular. Sin embargo, “el marco contextual de las elecciones de 1983 no exigía reforzar simbólicamente los parámetros de la vieja cultura política sino formular propuestas que se conjugaran con las actitudes y creencias vigentes en los sectores populares de la Argentina de hoy”¹⁷

Si la campaña de 1946 estuvo centrada en los derechos sociales y la de 1973 en el cambio social, la de 1983 se centró en el restablecimiento del orden político social.¹⁸ Tal vez esto dé una muestra del estado en que emergió la sociedad argentina de la dictadu-

Hasta los primeros meses del '83 los discursos de los partidos se “oían” lo mismo: denuncia, referencia a la realidad asumida como descripción de los efectos del proceso militar. En abril, Alfonsín colocó la ética como núcleo de la política, creando así con su discurso un lugar definido para su opositor.

ra, cuyo mayor éxito parece residir en el actual descreimiento sobre la política y en el repliegue hacia lo individual.

En noviembre de 1985 tuvo lugar la renovación de parte de la cámara de Diputados. Nuevas elecciones y nueva campaña. Los datos de esta última no variaron demasiado con respecto a la

anterior. En cuanto a los resultados, se percibió un ligero retroceso del radicalismo y un avance del peronismo, en tanto este pudo articular un poco más a los sectores de su renovación. También hubo un pequeño avance del Partido Intransigente (izquierda moderada).

Los eslóganes del Justicialismo eran: "Somos el partido más grande de Occidente". "Volveremos". Los del Radicalismo: "Somos la vida". "Más que una salida electoral es una entrada a la vida". "Ahora todos".

Pero el dato más notable es que ambas campañas (la del P.I. y la de la renovación peronista) se han inscrito cada vez más en la grilla de lectura y las temáticas propuestas por el partido gobernante.

Si en la política se escenifica el conflicto por el sentido del orden social, es evidente que el radicalismo es quien, hasta el momento, ha logrado plantear las preguntas de esta sociedad. La temática democrática no ha encontrado aún otros desarrollos que los impuestos por el discurso hegemónico y en tal sentido lo que se mantiene abierto es la pregunta acerca de cuál democracia es la deseable para nuestro país. La UCR en tanto se presenta a sí misma como garante de la actual democracia y quien le imprime su rumbo, hasta tanto otros discursos políticos consigan des-centrar el temario y proponer alternativas que corran las fronteras de las posibilidades planteadas en este momento.



Ariana Vecchieri

CUADRO 1

TOTAL DE AFILIADOS A LOS PARTIDOS POLITICOS AL 30-10-83

Partido Justicialista	3.308.400
Partido Radical	1.424.698
Partido Intransigente	141.330

Datos de los tres partidos más numerosos. El total de afiliados a nivel nacional a todos los partidos es de 6.103.196 sobre un padrón total de 17.772.446. El 40o/o del padrón vota por primera vez.

CUADRO 2

RESULTADOS DE LAS ELECCIONES DE 1983

Partido Radical	7.692.965	51,8 o/o
Partido Justicialista	5.962.735	40,2 o/o
Partido Intransigente	180.175	2,3 o/o
Otros	660.669	

CUADRO 3

INTENCIONES DE VOTO. PORCENTAJE DE INDEFINICION

Partido:	marzo 1983	agosto 1983	septiembre 1983	octubre 1983
Radical	14	22	36	36
Peronista	21	25	25	28
Otros	4	6	5	5
Indefinidos	61	47	34	31
	100	100	100	100

NOTAS

1. *Había habido hasta el momento diversos intentos de resistencia y algunas huelgas, pero ninguno había tenido apoyo masivo.*
2. *Algunos partidos y sectores se vieron incluso complicados en negociaciones no muy claras con los militares con vistas a articular una salida política negociada.*
3. *Un antecedente de la Multipartidaria lo constituye el grupo de partidos que concurrieron a diversas conversaciones con el general Viola que intentaba un gobierno de transición apoyándose en el radicalismo.*
4. *Se calcula que asistieron a esa marcha entre 150 y 200 mil personas.*
5. *González, I y Sonderegger, M, Derechos humanos y democracia Mimeo 1986.*
6. *Landi, O, "Cultura y política en la transición a la democracia" (en Nueva Sociedad No. 73, México, julio-agosto, 1984).*
7. *El Movimiento Nacional Justicialista ha tenido tradicionalmente sectores de derecha e izquierda bien definidos y a menudo enfrentados entre sí.*
8. *A pesar de ello hubo un cambio significativo en 1983. "La pronunciada diferencia de votos a favor de la UCR... fue lograda mediante la concurrencia simultánea de sectores medios altos y medios, pero también con la decisiva participación de sectores bajos... la pérdida por el peronismo del monopolio de los votos provenientes de los segmentos populares marcó la constitución de una 'configuración' electoral ganadora". Catterberg, E, Las elecciones del 30 de octubre de 1983. El surgimiento de una nueva convergencia electoral. Trabajo elaborado para el XIII Congreso de la Asociación Internacional de Ciencia Política. París, julio de 1985.*
9. *Dada la extensión del artículo se hablará del caso del peronismo y el radicalismo. Existen sin embargo en el espectro político argentino una serie de partidos que congregan a sectores importantes, como el Partido Intransigente y la Unión de Centro Democrático. Por otra parte, cabe señalar la importancia de los partidos provinciales que incluso en algunos casos triunfaron en las elecciones de gobernador, aunque no tienen representación a nivel nacional.*
10. *Hasta pocos días antes de las elecciones el porcentaje de indecisos alcanzaba a un tercio de los entrevistados (ver cuadro 3). Los analistas políticos coinciden en señalar que la gran campaña lanzada especialmente en los últimos días influyó sobre ellos.*
11. *Datos extraídos de Haime, H. y Martinian, G, La publicidad política '83. El imaginario peronista-radical. Mimeo. FUNDEMA.*
12. *Haime y Martinian op. cit.*
13. *Landi, O, La trama cultural de la política. Mimeo, 1986.*
14. *Landi, O, "El discurso sobre lo posible". Estudios CEDES, 1985*
15. *Arfuch, L, Dos variantes del juego de la política en el discurso electoral de 1983. Mimeo. 1984.*
16. *Arfuch, L, op. cit.*
17. *Catterberg, E, op. cit.*
18. *Cheresky, I, Les partis politiques argentins á travers la campagne électorale d'octobre 1983. Mimeo, 1984*



NUEVA SOCIEDAD

SEPTIEMBRE/OCTUBRE 1986

Nº 85

Director: Alberto Koschuetzke

Jefe de Redacción: Daniel González V.

COYUNTURA: **Sergio Bitar:** Chile. Duvalier, Marcos y...; **Clasco - Ilet:** Pacto social. Redistribución del poder.

ANÁLISIS: **Héctor Valecillos T.:** ¿Retador o garante del sistema? Los 50 años de la Confederación de Trabajadores de Venezuela; **Pedro Galin:** Asalariados, precarización y condiciones de trabajo; **Eduardo Jozami:** Lo interno de la deuda externa. El caso argentino; **Ernst Moritz Lipp:** Cómo administrar la quiebra. Opciones de la economía boliviana; **Felipe Berger:** Uruguay: la Dinamarca que no fue. Una comparación de modelos; **Fernando Alegría:** Elite y contracultura. Proyecciones políticas de la vanguardia hispanoamericana.

POSICIONES: **XVII Congreso de la Internacional Socialista:** Resolución sobre América Latina y el Caribe; **Edgar Camacho:** Tropas norteamericanas en Bolivia; **Peter Glotz:** Manifiesto para una nueva izquierda europea.

TEMA CENTRAL: **Carlos Alzamora:** La oportunidad de la crisis; **Jaime Paz Zamora:** Cómo nos ven, cómo los vemos. Las relaciones Europa y América Latina; **Helio Jaguaribe:** Desarrollo recíproco. Perspectivas de una justa asociación; **José Miguel Insulza:** ¿Qué espera América Latina de Europa occidental?; **Wolf Grabendorff:** América Latina y Europa. Esperanzas y desafíos; **Alberto van Klaveren:** Europa y la democratización de América Latina; **Gianni Bonvicini:** CEE: éxitos y fracasos de un modelo de integración; **Silvia María Canela:** ¿Por qué no comerciamos más con Europa? Proteccionismo y discriminaciones de la Comunidad; **Diálogo Sindical:** CIOSL - ORIT - FSM - CPUSTAL - CTM - CLAT.

SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo)

ANUAL (6 números)

BIENAL (12 números)

América Latina
Resto del Mundo
Venezuela

US\$ 20
US\$ 30
Bs. 150

US\$ 35
US\$ 50
Bs. 250

PAGOS: Cheque en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD. Dirección: Apartado 61.712-Chacao-Caracas 1060-A - Venezuela. Rogamos no efectuar transferencias bancarias para cancelar suscripciones.