

ECUADOR

Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira,
Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga,
Fredy Rivera, Jaime Borja Torres, Marco Romero.

DIRECTOR

Francisco Rhon Dávila
Director Ejecutivo CAAP

EDITOR

Fredy Rivera Vélez

ECUADOR DEBATE

Es una publicación periódica del **Centro Andino de Acción Popular CAAP**, que aparece tres veces al año. La información que se publica es canalizada por los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones y comentarios expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$. 30

ECUADOR: S/. 110.000

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 10

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR S/. 40.000

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173 B, Quito - Ecuador

Fax: (593-2) 568452

e-mail: Caap1@Caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

PORTADA

Magenta Diseño Gráfico

DIAGRAMACION

Martha Vinuesa

IMPRESION

Albazul Offset

M. J. J. J.

ECUADOR DEBATE

49

Quito-Ecuador, abril del 2000

PRESENTACION / 3-5

COYUNTURA

Nacional: La crisis económica y el "gran salto al vacío" de la dolarización / 7-24
Wilma Salgado

¿Dolarización: Vacuna para la hiperinflación? / 25-42

Alberto Acosta y Jürgen Schuldt

Política: ¿Y después de la insurrección qué...? / 43-56

Fernando Bustamante

Ecuador, enero 21, de la movilización indígena al golpe militar / 57-62

Equipo Coyuntura CAAP

El salto al vacío y el asalto al cielo. Reflexión sobre los acontecimientos del viernes 21 y sábado 22 de enero del 2000 / 63-78

Jorge Dávila Loo

Conflictividad socio-política: Noviembre 1999-Febrero 2000 / 79-88

Internacional: Incertidumbre y fragilidad caracterizan a la economía mundial / 89-98

Marco Romero C.

El plan Colombia: El escalamiento del conflicto social y armado / 99-116

Piedad Córdoba Ruiz

TEMA CENTRAL

Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia / 117-138

Carlos de la Torre

Medios, imágenes y los significados políticos de "machismo" / 139-164

Xavier Andrade

El liderazgo menemista, los massmedia y las instituciones / 165-204

Marcos Novaro

Telenovelas, política e identidad nacional en Brasil / 205-234

Mauro P. Porto

Intereses privados vs bienes públicos. El problema de los oligopolios de los medios de comunicación para la teoría democrática en los Estados Unidos / 235-266

Brett Gary. Traducción Leonard Field

DEBATE AGRARIO

¿Gestión ambiental y construcción de nuevos sujetos sociales en América Latina? / 267-298

Danú A. Fabre Platas

Desarrollo, conocimiento y participación en la comunidad andina / 299-332

Víctor Alejandro Campaña

ANALISIS

La complejidad de la violencia en el aula / 333-352

Freddy Alvarez

¿Cuándo finalizará la transición democrática en la América Hispánica? / 353-372

Angel Rodríguez Kauth

CRITICA BIBLIOGRAFICA

Las crisis del presidencialismo / 373-384

Juan Linz y Arturo Valenzuela (compiladores)

Santiago C. Leiras

TEMA CENTRAL

Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia

Carlos de la Torre*

Hasta que los proyectos de democratización no incluyan seriamente la cuestión social, las élites continuarán usando la retórica de que ellas representan la razón para marcar fronteras y diferencias entre los ciudadanos respetables y aquellos contruidos como el "otro" esto es como la negación de la razón y de la democracia.

Influentes sociólogos y politólogos sostienen que la televisión atenta contra la democracia. Pierre Bourdieu en un libro reciente dice que la televisión es "un peligro para la política y la democracia."¹ Por su parte, Giovanni Sartori sostiene que la televisión está transformando el sentido de la política y de la democracia porque personaliza la política, la representa como un espectáculo y se basa en apelaciones no racionales y emotivas.² Pierre-André

Taguieff argumenta que la televisión ha transformado al populismo en telepopulismo, esto es en una "forma de video-demagogia: el demagogo actúa sobre su audiencia dejándose ver más que haciéndose entender."³ Según varios críticos, en resumen, la democracia está en riesgo inminente porque los argumentos lógicos que han caracterizado a las formas tradicionales de la política basada en el lenguaje son remplazados por las imágenes de video.⁴

* Profesor de Sociología de la Drew University, Madison NJ, USA. Investigador del CAAP.

1 Pierre Bourdieu, *On Television*, (New York: The New Press, 1998), 10.

2 Giovanni Sartori, *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*, (Madrid: Taurus, 1998).

3 Pierre-André Taguieff, "Political Science Confronts Populism: From a Conceptual Mirage to a Real Problem," *Telos* 103 (Spring 1995), 42-43.

4 Andreas Schedler, 1997 "Introduction: Antipolitics-Closing and Colonizing the Public Sphere," en Andreas Schedler, ed., *The End of Politics? Explorations into Modern Antipolitics*, (New York: St. Martin's Press, 1997): 1-21.

Las elecciones, reelecciones y gobiernos de Menem en Argentina, Collor en Brasil, Bucaram en Ecuador y Fujimori en el Perú, a primera vista, parecerían confirmar estas visiones pesimistas. La elección de Fernando Collor en 1989 estuvo influenciada por el poder de la cadena *Globo* de manufacturar su candidatura. Carlos Menem y Abdalá Bucaram usaron la televisión para transmitir sus éxitos en espacios no políticos como los deportes, el mundo de la farándula y la cultura de masas como sustitutos a los debates serios sobre sus programas de gobierno. Estos nuevos líderes populistas fueron electos en una coyuntura caracterizada por la crisis del modelo de sustitución de importaciones, el incremento de la pobreza y del número de personas empleadas en el sector informal, la desconfianza

en los partidos políticos, y la crisis del Marxismo. Importantes investigadores sociales argumentan que en estos contextos de rápidas transformaciones socio-económicas y políticas el control de los medios masivos de comunicación social y el influjo y la manipulación de las élites que controlan las imágenes transmitidas por estos medios son las variables fundamentales que explican por qué estos líderes ganaron las elecciones y cómo gobiernan.⁵ Aníbal Quijano, por ejemplo, explica el "fenómeno Fujimori" como producto de una crisis económica, política e ideológica que dejó a los sectores populares peruanos sin la posibilidad de producir discursos propios.

En esas condiciones, con las masas políticamente desmanteladas y socialmente desintegradas, para los dominadores no ha sido muy di-

5 Vénicio A. de Lima, "Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President," en Thomas Skidmore, ed. *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*, (Washington and Baltimore: The Woodrow Wilson Center Press, and The Johns Hopkins University Press, 1993): 97-118; James Petras, "Alternatives to Neoliberalism in Latin America," *Latin American Perspectives* 24: 1 (1997): 80-91; Aníbal Quijano, "Populismo y Fujimorismo," en Felipe Burbano, ed., *El Fantasma del Populismo. Aproximación a un Tema [Siempre] Actual*, (Caracas: Nueva Sociedad, 1998):171-207; Beatriz Sarlo, "Argentina Under Menem: The Aesthetics of Domination," en Fred Rosen y Diedre MacFayden, eds. *Free Trade and Economic Restructuring in Latin America*, (New York: Monthly Review Press, 1995): 253-262; Daniel Zirker, "Jose Nun's "Middle-class military coup" in contemporary perspective: implications of Latin America's neoliberal democratic coalitions," *Latin American Perspectives* 25: 5 (1998): 76-86.

fácil combinar los efectos de las "guerras sucias" con el discurso de la nueva "modernización." Y gracias al control de la tecnología de comunicación, desplegar una nueva escena pública en que lo político es ejercido como espectáculo, incluso como escándalo (Collor, Menem, Fujimori), para permitir mejor la manipulación y el control de las masas.⁶

Independientemente de que se acepten estas visiones, que recuerdan los comentarios apocalípticos de la vieja Escuela de Frankfurt que sólo analizó la producción de imágenes sin estudiar la recepción de estos mensajes, es indudable que la televisión juega un rol fundamental en la política. Thomas Skidmore, en su introducción a un estudio comparativo del papel de la televisión en las elecciones latinoamericanas, anota: "la televisión está rápidamente transformando la manera en la que los candidatos son creados, vendidos y consolidados. También

está transformando la forma en que gobiernan los políticos."⁷

Este ensayo examina los argumentos sobre la decadencia de la democracia y de la transformación de la política en video-política. La primera sección discute el rol de la televisión en las elecciones de Bucaram, Collor, Fujimori y Menem. Se estudian los mensajes televisivos dentro del contexto de culturas políticas específicas y se sugiere que la televisión en sí no explica las elecciones de estos políticos. La segunda sección analiza cómo Abdalá Bucaram usó los medios masivos y explica su relación conflictiva con la prensa y la televisión durante su corto mandato presidencial. En lugar de asumir que la televisión tiene el poder de manipular a los ciudadanos, se estudia "como la gente interpreta los mensajes y qué grupos y tradiciones ayudan a la gente a descifrar los mensajes de los medios masivos de comunicación."⁸ Las

6 Quijano, "Populismo y fujimorismo," p. 185.

7 Thomas Skidmore "Politics and the Media in a Democratizing Latin America en Thomas Skidmore, ed. *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*, (Washington and Baltimore: The Woodrow Wilson Center Press, and The Johns Hopkins University Press, 1993), 2.

8 Joseph Straubhaar, Organ Olsen, and Maria Cavaliari Nunes, "The Brazilian Case: Influencing the Voter," in Thomas Skidmore, ed. *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*, 120.

imágenes transmitidas por estos medios son creadas e interpretadas en culturas políticas particulares y los periodistas, editorialistas y comentaristas de la radio y la televisión cumplen un papel importante al decodificar estos mensajes.

Elecciones y la televisión: ¿Manipulación de los medios masivos de comunicación?

A diferencia de quienes consideran que el control de la televisión explica los éxitos electorales en la era neoliberal, las elecciones de Fujimori en 1990 y Bucaram en 1996 demuestran que quienes ganan no necesariamente tuvieron más propaganda televisiva o que sus propagandas fueron más sofisticadas y costosas. Mario Vargas Llosa, por ejemplo, perdió pese a los doce millones de dólares que invirtió en su propaganda televisiva.⁹ Por lo tanto, es crucial estudiar la recepción de los mensajes de los medios masivos sin asumir manipulación o, en forma naive, postular la resistencia y la interpretación libre de códigos por parte de la gente común. Debido a

que todos los políticos usan los medios masivos para ganar elecciones, es importante comparar sus propagandas televisivas estudiando cómo interpretan los problemas existentes, cuáles son sus propuestas, y qué imágenes presentan sobre sus personas y sus rivales. Para examinar el éxito de sus mensajes tenemos que interpretarlos dentro del contexto de los temas y las formas de entender la política que existen en culturas políticas específicas.

Tal vez la imagen más fuerte de la campaña televisiva del Partido Social Cristiano en las elecciones presidenciales de 1996 fue la contraposición de dos figuras: un Jaime Nebot vestido de estadista responsable con traje y corbata que coquetamente sonríe y guiña el ojo; frente a un Abdalá Bucaram, con el torso desnudo cubierto de sudor, bebiéndose desafortadamente un vaso de licor (Abdalá dice que de agua). Esta imagen apareció en propagandas en la prensa con el pie de foto "dos formas de mirar hacia el futuro del Ecuador: progreso o destrucción." La civilización y el progreso que

9 Deborah Poole y Gerardo Rénique, *Peru: Time of Fear*, (London: Latin American Bureau, 1992), 145.

prometía la “seriedad de estadista” de Nebot frente a la “barbarie” de los sectores suburbanos personificados en Abdalá Bucaram. Esta representación maniquea de la realidad política sintetizó la estrategia social cristiana de atemorizar al electorado con la amenaza de la “irracionalidad” y el “barbarismo” de Abdalá Bucaram construyéndolo como el último representante del barbarismo y el último obstáculo para el progreso y la modernización del Ecuador.

Abdalá Bucaram en sus campañas electorales de 1988, 1992 y 1996 usó la televisión para presentar un discurso populista que ha estado presente en el Ecuador desde los años cuarenta. Este mensaje fue el del antagonismo total entre el pueblo, cuya voluntad decía encarnar, y la oligarquía que debía ser destruida. A diferencia de otros políticos que contrataron expertos en publicidad para diseñar su propaganda electoral, Bucaram diseñó la suya. Sus videos parecían estar hechos en casa y repetían reiteradamente un mensaje simple en las letras, las imágenes y los subtítulos de los videos. Este estilo recuerda al arte popular religioso que presenta los

milagros de la Virgen en la forma de un libro de comics con dibujos y mensajes escritos. Por ejemplo, cuando las letras de las canciones de los videos se referían a la oligarquía aparecían imágenes de sus rivales políticos con frases tales como “político corrupto” o “aniñado” debajo de la foto de Nebot.

El triunfo de Collor sobre Lula en 1989 se explica, en parte, por la forma en que articuló las percepciones existentes de que los políticos eran los responsables de la crisis brasileña y que la solución vendría de un redentor apolítico que implementaría respuestas técnicas, no políticas y pragmáticas. El papel de la televisión en construir este escenario a través de las novelas y su capacidad de manufacturar la candidatura de Collor como la del redentor ha sido apasionadamente debatido. Mientras Venicio de Lima argumenta que el imperio de la comunicación *Globo* manufacturó la candidatura de Collor, Carlos Eduardo Lins da Silva cuestiona la teoría de la conspiración de Venicio de Lima y propone que hubo una afinidad electiva en la forma en que las novelas y Collor interpretaron la co-

yuntura política.¹⁰ Este autor argumenta que tanto Collor como los encargados de producir telenovelas usaron interpretaciones existentes sobre la crisis brasileña. Éstas veían a los políticos corruptos como la causa de la crisis y decían que la solución vendría de un redentor que esté fuera de la política. Collor de Mello, además, no fue la primera opción de la cadena *Globo*. Este se convirtió en el candidato anti-Lula luego de los fracasos de los medios masivos de manufacturar las candidaturas de Mario Covas y de Guilherme Afif Domingos.¹¹

Las propagandas y apariciones en la televisión no necesariamente ayudan a ganar una elección. En el Perú, por ejemplo, los electores rechazaron la presencia excesiva de Vargas Llosa en la televisión en las elecciones de 1990 de tal manera que la estrategia de Fujimori en su

campana de reelección en 1995 fue usar menos propagandas en la televisión que sus rivales.¹² Y aún en países como el Brasil, en los que los sondeos de opinión pública sugieren que la televisión es el foro más importante para transmitir la ideología y personalidad de un candidato, la familia, las iglesias y las asociaciones de vecinos ayudan a interpretar los mensajes de los comerciales electorales, los debates políticos y las noticias.¹³ La televisión no ha reemplazado a las maquinarias electorales de los partidos políticos, ni al clientelismo, ni a los mítines masivos en el Ecuador.

Collor de Mello en 1989, Fujimori en 1990 y Bucaram en 1996 fueron electos en sistemas políticos fragmentados y poco institucionalizados. Brasil, Perú y Ecuador experimentaron la proliferación del número de partidos políticos muchos

10 Venicio A. de Lima, "Brazilian Television in the 1989 Presidential Campaign: Constructing a President;" Carlos Eduardo Lins da Silva, "The Brazilian Case: Manipulation by the Media?," en Thomas Skidmore, ed. *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*, (Washington and Baltimore: The Woodrow Wilson Center Press, and The Johns Hopkins University Press, 1993): 137-45.

11 Elimar Pinheiro do Nascimento, "Adiós Señor Presidente: Análisis del proceso de renuncia de Collor de Mello," *Ecuador Debate* 33 (diciembre): 64-85.

12 José María Salcedo, *Terremoto: ¿Por qué ganó Fujimori?*, (Lima: Editorial Brasa, 1995).

13 Joseph Straubhaar, Organ Olsen, and Maria Cavaliari Nunes, "The Brazilian Case: Influencing the Voter," 124; 143.

de los cuales siguen usando las viejas prácticas del clientelismo, carecen de ideología y son personalistas. Estas elecciones se dieron cuando había simultáneamente una proliferación de partidos políticos y una falta de confianza de los electores en los políticos. Mientras que en Brasil veinte y dos candidatos compitieron en la primera vuelta electoral, nueve lo hicieron en Perú y Ecuador. Es así que en la segunda vuelta se enfrentaron dos políticos que apenas alcanzaron un tercio del total de votos en la primera vuelta. Por lo tanto, los triunfos de estos políticos no fueron sólo el resultado de su estilo electoral y de su retórica política. Sus elecciones fueron también el resultado de votos de protesta en contra de sus rivales y, en muchos casos, al establecimiento político.

Temas de etnicidad y de clase social fueron determinantes en el rechazo a Vargas Llosa y a Nebot. En enero de 1990, cuando Fujimori

apareció tercero en los sondeos de opinión pública, se pidió la opinión de Vargas Llosa sobre el candidato de Cambio 90. El novelista manifestó: "¡pero a ese chinito nadie lo conoce!" Al día siguiente, el 'chinito' Fujimori abrió su primer mitín importante, en la más importante barriada de Lima, con una frase apta que resumía el carácter del enfrentamiento: 'aquí estamos, pues, los chinitos y los cholitos...'¹⁴. De esta manera la elección se transformó en una confrontación entre los "blancos" y los "pitucos" y los "chinitos" y los "cholitos". Fujimori se convirtió en la encarnación de dos experiencias cruciales de muchos peruanos de extracto popular: la inmigración y la discriminación étnica¹⁵. Como muchos, Fujimori es hijo de inmigrantes que han tenido que luchar con un español "deficiente" y que han sido discriminados por las élites "blancas." Por lo tanto, el éxito de su slogan simple, "un presidente como usted".

14 Quijano, "populismo y fujimorismo," 192.

15 Panfili, Aldo 1997 "The Authoritarian Alternative: "Anti-Politics" in the Popular Sectors of Lima," in *The New Politics of Inequality in Latin America* editado por Douglas Chalmers, Carlos Vilas, Katherine Hite, Scott B. Martin, Karianne Piester, and Monique Segarra, (Oxford: Oxford University Press, 1997): 217-237.

De la misma manera en el Ecuador la campaña electoral de 1996 se transformó en una lucha entre Bucaram -el "el líder de los pobres-" en contra de las élites establecidas y del Partido Social Cristiano como la encarnación de la oligarquía afeminada y vende patrias. Por ejemplo, luego de que el ex-Presidente Febres Cordero manifestará al conocer los resultados de la primera vuelta electoral que "todos los que votaron por Alfredo Adum (candidato a la alcaldía de Guayaquil del partido de Bucaram) son pillos y prostitutas" Bucaram transformó el significado de estos insultos. "Sí, es verdad que en el Ecuador hay una marihuanera, hay una ratera, una prostituta; pero esa prostituta, ratera, marihuanera son las oligarquías nacionales." Una hoja volante distribuida en Guayaquil ilustra las implicaciones de la retórica de Bucaram.

León eres un fraude...

prostituta y ladrona es tu oligarquía; prefiero un loco con pantalones y humanista antes que un rico insolente.

Barcelona no clasificó..

ahora sólo nos queda Abdalá.¹⁶

La inversión de los insultos al pueblo y la glorificación de las cualidades populares en su manera de comer, vestir y de ser permitieron que Abdalá Bucaram construyera un mundo al revés. En este universo simbólico los oprimidos y los pobres se transformaron en la encarnación de los verdaderos valores morales, mientras que sus superiores se convirtieron en la personificación de la maldad. Las señoras elegantes, las patronas, aparecieron como "un poco de viejas vagas que nunca han cocinado, ni planchado" y los patronos y señores distinguidos en "aññados amanerados," personificados en el "niño" Nebot. Así Abdalá Bucaram confrontó maniqueamente al "verdadero" Ecuador que es el de "los pobres" con el Ecuador de "esa gente" los oligarcas "vende patrias."

Las coaliciones electorales de Collor, Bucaram y Fujimori incorporaron a los sectores marginalizados de la sociedad. Bucaram fue apoyado por una coalición de una élite marginal de origen libanés que ha-

16 Véase mi libro *Un solo toque: Populismo y Cultura Política en Ecuador*, (Quito: CAAP, 1996).

bía hecho fortuna pero que necesitaba legitimarla pues, según las élites establecidas, su ventura provenía del contrabando. Esta coalición incorporó a los más pobres, a sectores de clase media desplazadas del sistema laboral y a unos pocos intelectuales ex-Marxistas. Los votantes de Collor "incluían a los sectores excluidos de la sociedad brasilera, esto es a los destituídos, los más pobres, los analfabetos... y también a una proporción de votantes de ingreso medio y una fracción de los sectores de ingresos más altos."¹⁷ Quienes votaron por Fujimori en las elecciones de 1990 fueron los sectores más pobres, los habitantes rurales andinos, los cholos y los Indios.¹⁸ Su coalición incluyó a sectores empresariales emergentes de origen cholo como la Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Industriales, las Iglesias Protestantes y los más pobres que se desempeñan en el sector informal de la eco-

nomía. Todos estos grupos han sido discriminados por los miembros de las élites criollas. Por ejemplo, los miembros de la Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios no fueron considerados como iguales por los directivos "blancos" de la Asociación Nacional de Empresarios que no les invitaron a sus eventos sociales. La presencia de líderes evangélicos hizo que la jerarquía de la Iglesia Católica declare una guerra santa en contra de estos representantes de valores "anti-peruanos."¹⁹

Si bien Fujimori y Bucaram representaron un rechazo a las élites tradicionales "blancas" y el sueño de la gente común de movilidad social y democratización de las relaciones de castas, Collor triunfó al asumir la imagen de la encarnación de una modernidad neoliberal. Su estilo de vestir elegante y su gusto por los deportes caros y extravagantes simbolizaron a un Brasil yupi.²⁰

17 José Álvaro Moisés, "Elections, Political Parties and Political Culture in Brazil: Changes and Continuities." *Journal of Latin American Studies* 1993, Vol 25, 583.

18 Carlos Iván Degregori, "El Aprendiz de Brujo y el Curandero Chino," en *Demonios y Rendtores en el Nuevo Perú*, editado por Carlos Iván Degregori y Romeo Grompone, (Lima: IEP, 1991), 102.

19 Poole y Kénique, *Peru: Time of Fear*, 146-48.

20 Francisco de Oliveira, "Fernando Collor de Mello. Perfil de un Prestidigitador." *Nueva Sociedad*, 118, 1992, 105.

Collor cultivó la imagen de un hombre joven de acción, energético y no-político, de un mesías que actuaba por encima de los intereses de varios grupos de poder como los sindicatos o las asociaciones de empresarios, cuyo objetivo fue destruir los privilegios y el poder de los burocratas ineficientes, los 'marajás,' para redimir a sus "descamisados." En la campaña de 1989 "Menem encarnaba al caudillo que descendía de una provincia muy pobre para hablarles en su propio lenguaje a todos los excluidos y desencantados."²¹ Proyectó la imagen de ganador en dos espacios mitologizados de movilidad social: los deportes y el mundo de la farándula. Por esto declaró pocos meses luego de asumir la presidencia, "soy el Presidente y juego al fútbol con Maradona. ¿Qué otra cosa puedo pedirle a la vida?"²² Menem transformó los rituales del peronismo. En lugar de hacer mítines masivos, siguiendo el ejemplo del Papa Juan Pablo II, visitó a la gente común en sus barrios.

Viajando en el menemovil los fue a buscar en sus barrios, los espacios no políticos de su vida cotidiana, donde los bendijo y besó a sus hijos. Su imagen se parecía más a la de "una figura religiosa o una estrella del espectáculo que a los que eran hasta entonces típicos de los dirigentes políticos."²³ Menem transformó la retórica peronista al remplazar las antiguas convocatorias clasistas a los trabajadores con apelaciones genéricas a "hermanas y hermanos", referencias a temas religiosos, y la frase "¡siganme!".²⁴

Las redes clientelares también explican los triunfos de estos políticos. José Álvaro Moisés anota que a diferencia de la visión de Collor como un político sin una base institucional es importante señalar la importancia de su maquinaria electoral. Esta "definió una imagen (cazador de marajás); la incorporó a un programa de gobierno (reducir el estado, modernización de la economía, reactivar el crecimiento económico); organizó la base material (los

21 José Nun, "populismo, representación y menemismo," *Sociedad* Nº 5, 1994, 107.

22 Marcos Novaro y Vicente Palermo, *Política y Poder en el Gobierno de Menem*, (Buenos Aires: FLACSO-Norma, 1996), 213.

23 Novaro y Palermo, 207.

24 Nun, "populismo," 209.

medios masivos de comunicación) indispensables para comunicarse con los votantes; y, finalmente, articuló una serie de alianzas para sostener su candidatura."²⁵ También es importante señalar que todos los contrincantes políticos intercambian votos y subordinación política por bienes materiales y que las relaciones clientelares también generan identidades políticas.

Si bien Alberto Fujimori y Carlos Menem fueron re-electos, Fernando Collor de Mello y Abdalá Bucaram fueron destituidos antes de terminar sus períodos presidenciales. Los primeros lograron establecer acuerdos importantes con representantes de instituciones claves - los empresarios y las fuerzas armadas- y lograron resultados concretos, tales como, reducir la hiperinflación, reactivar la economía, consolidar redes clientelares usando los fondos de la venta de las empresas estatales, y en el caso de Fujimori desarticular a las guerrillas. Collor y Bucaram fueron destituidos por los altos niveles de corrupción en sus

gobiernos, por su incapacidad de establecer acuerdos con los empresarios que no confiaron en sus políticas económicas, por su estilo arrogante y torpe que no les permitió consolidar alianzas políticas, y por qué alienaron a las fuerzas armadas.²⁶ Pero mientras que en el Brasil se respetaron las normas constitucionales al destituir a Collor, en el Ecuador se usaron artimañas legales para destituir a Bucaram. Es así que si bien la democracia brasilera se robusteció, en el Ecuador se abrió la puerta para todo tipo de conspiraciones de los políticos que amenazan destituir al presidente de turno sin que importen las normas constitucionales y el respeto a las reglas del juego democrático.

El gobierno de Bucaram, los eventos televisivos y la politización de la cultura de masas

Si bien la elección de Abdalá Bucaram no se explica únicamente por un uso creativo de los medios masivos de comunicación social, durante su corta presidencia Buca-

25 José Álvaro Moisés, "Elections, Political Parties," 592.

26 Kurth Weyland, 1993 "The Rise and Fall of President Collor and Its Impact on Brazilian Democracy," *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*, 35: 1 (1993): 1-37.

ram usó la televisión de forma innovadora. Siguiendo a Menen, Bucaram representó sus actos de gobierno como un show de televisión en los que el poder se dramatizaba en espacios de la cultura popular como el fútbol y la cultura de masas. Al representar sus éxitos personales en estos espacios de la cultura de masas, Bucaram representaba los sueños de éxito y de movilidad social de la gente común como son jugar al fútbol con estrellas, bailar con modelos teñidas de rubio, o transformarse en animador de un programa de televisión. Este uso de la televisión también transformó el significado de la política. En palabras de Andreas Schedler, se "subvierte el poder de las palabras a través del poder de las imágenes. Las deliberaciones políticas pasan a un segundo plano y se dan detrás del escenario mientras que las formas teatrales pasan al centro de la política. La política sufre de la intromisión y la ocupación de formas extrañas a la política como son el teatro, el rock, los deportes, la farándula, y la publicidad.²⁷

Estando siempre presente en la televisión, la radio y la prensa, Bucaram trató de construir a su figura como el evento político central. Su imagen de triunfador en esferas no políticas como los negocios y los deportes y su nuevo rol como cantante de baladas y presentador de shows de variedades de televisión fueron constantemente retransmitidos a los hogares. Abdalá Bucaram actuaba en la televisión para el público y transformaba los significados de lo que debía discutirse en la esfera pública. Los debates sobre su vida personal y los significados de sus apariciones en la televisión fueron temas tan importantes como las discusiones sobre sus proyectos y programas de gobierno. Es así que Bucaram manifestaba su opinión de qué jugadores debían de ser contratados por el Barcelona a la vez que defendía su plan económico de la convertibilidad.

Al estar constantemente presente en las pantallas de televisión Bucaram transformó la imagen del presidente de la república. En lugar de seguir las convenciones de cómo

27 Schedler, "Introduction," 13.

debe comportarse un presidente en un sistema de dominación racional-burocrático, Bucaram intentó demostrar que pese a ser el líder de la nación él era igual a un ciudadano común de origen popular. Por esto no siguió los protocolos que se esperan del presidente. Se negó a vivir en el palacio presidencial en Quito porque dijo que estaba embrujado. Prefirió gobernar desde su hogar en Guayaquil y hospedarse en hoteles lujosos durante sus cortas estadías en la capital y otras ciudades del país. Al negarse a vivir en Quito se reactivaron las tensiones regionales entre Quito y Guayaquil.²⁸ Al gobernar sin seguir las normas y las reglas de las ceremonias públicas, trató de representar al poder de maneras nuevas. En lugar del mundo serio y formal de la política, escenificó en la televisión un universo basado en sus sueños de grandeza y éxitos personales en el mundo cotidiano. Aun el lenguaje que utilizó fue diferente al discurso de la domina-

ción racional burocrática. Usó expresiones comunes y el lenguaje cotidiano y, a veces, "vulgar" del pueblo para crear intimidación con sus seguidores. Usando lo que Bakhtin denomina el lenguaje y las expresiones del mercado buscó reivindicar el universo cotidiano de sus seguidores. Es por esto que Bucaram, sus ministros y sus asesores usaron malas palabras y expresiones vulgares. Estos elementos del discurso popular "son todavía concebidos como una ruptura con las normas del comportamiento verbal, pues se resisten a conformarse a las convenciones, a la etiqueta, a la civilidad y a la respectabilidad."²⁹

El uso de Bucaram de los medios masivos de comunicación no sólo explica parcialmente por qué fue electo, también ayuda a comprender su destitución. Su lenguaje, gestos y actuaciones en la televisión limitaron su capacidad de establecer alianzas con representantes de instituciones claves tales como la

28 La popularidad de Bucaram se deterioró rápidamente en Quito. Según datos de Informe Confidencial, el 17 de octubre de 1996 el 53 por ciento de los residentes de la capital apoyaron su gestión. El 19 de octubre fue rechazado por el 64 por ciento y el 11 de enero de 1997 por el 90 por ciento.

29 Mikhail Bakhtin, *Rabelais and His World*, (Bloomington: Indiana University Press, 1984), 187.

iglesia, las fuerzas armadas, los empresarios y la prensa, reforzando las imágenes negativas de las clases altas sobre Bucaram. El temor y el rechazo de los empresarios y de las clases altas a Bucaram tiene una larga historia que va más allá de su cuestionamiento a su plan económico. Bucaram es visto por las clases altas como la personificación de quienes carecen de cultura y de buenos modales. "La noción de cultura se emplea para trazar la frontera entre los que están dentro del sistema y los que se hallan excluidos de él." ³⁰ Es así que los valores populares y los símbolos transgresores de Bucaram que atraen a las clases populares son rechazados por las clases altas y sectores de las clases medias que se identifican con los valores de "la gente bien," de quienes tienen "cultura." Los empresarios no tuvieron confianza en el plan de convertibilidad de Bucaram que supuestamente los beneficiaría. Señalaron que a diferencia de la Argentina que en 1989 tenía un nivel de inflación de alrededor del cinco

mil por ciento, los niveles de inflación ecuatoriana de alrededor de un veinte y cinco por ciento no justificaban estas medidas dacionianas. El vicepresidente de la Cámara de Industriales, por ejemplo, manifestó temor a que la apertura económica les llevaría a la bancarrota.³¹ La falta de confianza de los empresarios se tradujo en un exceso de liquidez bancaria. Los empresarios argumentaron que la corrupción, la intervención del gobierno de Bucaram en los asuntos internos de algunas empresas, la inseguridad jurídica y la falta de estabilidad política les hizo desconfiar de Bucaram. El rechazo de los empresarios a Bucaram también se explica por su recelo a que las privatizaciones sólo beneficien a los grupos económicos cercanos a Bucaram. En el momento de repartirse el pastel estatal había miedo a ser excluidos de la fiesta. Este temor se basaba en las prácticas corruptas de los funcionarios del gobierno que exigían un coima del diez al quince por ciento en los negocios con el estado.

30 Alain Touraine, *América Latina Política y Sociedad*, (Madrid: Espasa Calpe, 1989), 154.

31 Diana Jean Schemo, "Ecuador Chief, the Populist, is Anything but Popular," *The New York Times*, 11 de enero, 1997.

Abdalá Bucaram siempre tuvo una mala relación con la prensa. Hay que recordar que fue electo en 1996 con la oposición del 90 por ciento de los editorialistas.³² Durante su gobierno, por primera vez en la historia del Ecuador, los periódicos y noticieros televisivos más prestigiosos se opusieron al presidente. Cuestionaron su estilo de gobierno chabacano, su apropiación autoritaria de la voluntad popular al autoproclamarse como la encarnación de los verdaderos valores y deseos de los ecuatorianos, y la imposibilidad de tener diálogos en los que se discutan y debatan diferentes opiniones. Los periodistas estuvieron al frente de la oposición democrática a Bucaram cuando denunciaron la corrupción de su gobierno y rechazaron su uso de la cultura de masas y de las imágenes televisivas como sustituto a los diálogos sobre sus políticas estatales. Pero esta oposición democrática estuvo

acompañada de prejuicios clasistas cuando construyeron a Bucaram como la encarnación de la falta de cultura y valores de los más pobres. Los periodistas también usaron argumentos xenofóbicos al construir a los libaneses y a los "turcos" como corruptos,³³ y regionalistas en la Sierra al ver en Bucaram la escenificación de los valores del suburbio de Guayaquil.

Cómo representante de una élite económica y política marginal, Bucaram no pudo controlar o neutralizar las opiniones de los representantes de los medios masivos de comunicación que, en muchos casos, reprodujeron los prejuicios de la clase alta. Su estrategia fue no tomar en cuenta las opiniones de los editorialistas de los periódicos y de los noticieros de la televisión que no son leídos ni vistos por la mayoría de ciudadanos pobres. Usó propaganda televisiva en los canales de televisión de propiedad de sus parti-

32 Andrés Carrión, "Y llegó el comandante y mandó a parar," en varios autores *¿Y Ahora Qué?*, (Quito: Eskeletra, 1997), 118.

33 Estas acusaciones reprodujeron viejos prejuicios anti-libaneses. En 1926, por ejemplo, se ordenó la expulsión de un próspero comerciante libanés con la acusación de que los "árabes" eran la causa de la corrupción en el Ecuador. Mónica Almeida, "Phoenicians of the Pacific: Lebanese and Other Middle Easterners in Ecuador," *The Americas*, 53:1 (1996), 102.

darios, cuyos noticieros, en muchos casos, se oponían al presidente. Los medios masivos lo construyeron y lo siguen representando como la encarnación de todos los males nacionales en programas especiales de televisión, libros, un disco compacto y, aún, un CD-ROM.

El 5 de febrero de 1997, a menos de seis meses de estar en el poder Bucaram, en las manifestaciones más multitudinarias en la historia del Ecuador, en la que participaron alrededor de dos millones doscientas mil personas, aproximadamente el mismo número de personas que votó por el "líder de los pobres," se exigió ¡que se vaya Bucaram! El Congreso destituyó a Bucaram por "incapacidad mental" el 6 de febrero con una simple mayoría de votos, sin pruebas médicas sobre la locura del presidente e invocando argumentos de dudosa validez legal. El Congreso designó como Presidente de la República a Fabián Alarcón, Presidente del Congreso. La Vicepresidenta Rosalía Arteaga se proclamó la sucesora legal de Bucaram y éste se negó a renunciar. Es así como los políticos nombraron a los militares en jueces de quién era el legítimo presidente y en los árbi-

tros de los destinos del país. Éstos retiraron su apoyo a Bucaram y se acordó que luego de que Arteaga ocupe por pocas horas la presidencia, ésta vaya a manos de Alarcón hasta que se convoquen a nuevas elecciones en 1998. Así concluyó el corto mandato de Abdalá Bucaram. Un presidente electo fue destituido, pero a diferencia del pasado los militares no ocuparon el poder sino que lo delegaron en el ex-presidente del Congreso erigido en el nuevo valuarte de la democracia.

Conclusiones

Este artículo ha cuestionado los argumentos de influyentes analistas sociales que sostienen que en la era del neoliberalismo el control de los medios masivos de comunicación garantiza el poder manufacturar candidaturas y ganar elecciones. Se ha demostrado como las elecciones de Bucaram, Collor, Fujimori y Menem no se explican por el control de los medios masivos. Éstos no han remplazado a las maquinarias políticas, al clientelismo, y en el Ecuador a la tarima. La elección de Bucaram, por ejemplo, se realizó en un sistema político fragmentado en la que participaron nueve candida-

tos. Los dos finalistas, Nebot y Bucaram, apenas habían conseguido un tercio de los votos en la primera vuelta. Muchos electores, por lo tanto, no votaron por Bucaram sino que en contra de Nebot. Al igual que otros políticos, Bucaram usó la televisión y mecanismos más tradicionales como las redes clientelares y los actos de masas para transmitir un mensaje populista que confrontaba a los niños bien y a las señoras con los pobres. Esta construcción maniquea de la política recogía las humillaciones cotidianas de los humildes y presentaba un mundo al revés en que los humildes aparecían como la encarnación de la verdadera nación y los ricos como élites corruptas, afeminadas y vende patrias. Su movimiento electoral fue una alianza interclasista de los marginales, no entendidos como los pobres suburbanos, sino como quienes están al margen del poder. Élite económicas sin prestigio social buscaron remplazar a las élites establecidas y legitimar el origen cuestio-

nado de sus fortunas y los pobres se rebelaron contra los candidatos de sus patronos.

Ilustrando lo que Clifford Geerts denomina las paradojas del carisma y las dificultades de consolidar un movimiento carismático, el populismo de Abdalá Bucaram apareció entre los grupos marginados de la sociedad localizados lejos de los centros del poder.³⁴ Su estilo y retórica limitaron, aún más, su capacidad de establecer alianzas, por lo que Bucaram no pudo ser parte del centro del orden social. Si bien su elección se explica por su capacidad de dar voz a los excluidos de la esfera oficial pública, no tuvo el poder ni la capacidad de transformar la esfera pública hegemónica desde el poder.³⁵ Debido a los altos niveles de corrupción, a su origen social y base de apoyo, los empresarios desconfiaron de Bucaram y no apoyaron su programa económico que podía beneficiarlos. La definición autoritaria de Bucaram de las categorías "el pueblo" y "la oligarquía"

34 Clifford Geertz, "Centers, Kings, and Charisma: Reflections on the Symbolics of Power," in Sean Wilentz, ed., *Rites of Power. Symbolism, Ritual and Politics Since the Middle Ages*, (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1985): 13-38.

35 Nancy Fraser, *Justice Interruptus*, (New York: Routledge, 1997): 69-98.

no dejó espacio para construir alianzas y pactos con los diferentes sectores políticos. En un ejemplo casi perfecto de lo que Guillermo O'Donnell caracteriza como "democracia delegativa" Bucaram atrapó a los políticos en la lógica cortoplacista de apoyo u oposición incondicional.³⁶ Cuando los políticos tuvieron la oportunidad de actuar, no dudaron en destituir a Bucaram sin que importen los medios aunque no se basen en el respeto a las normas constitucionales.

El corto mandato de Abdalá Bucaram ilustró dramáticamente como la política cada vez se construye más como un evento televisivo en el que los organizadores, los que lo transmiten y el público luchan por dar significados a estos eventos.³⁷ La transmisión del lanzamiento de su CD en las fiestas de Guayaquil, por ejemplo, permitieron que Bucaram rompa con las rutinas de qué se presenta en la televisión atrayendo a un público muy amplio. Pero al contrario de sus intenciones, estos

eventos televisivos no fueron interpretados por la opinión pública como representaciones de los valores, símbolo y narrativas fundamentales de la sociedad ecuatoriana. Al contrario, estos eventos fueron vistos por los periodistas, editorialistas y otros comentaristas que influyen en la formación de la opinión pública como la irrupción de la barbarie en el palacio presidencial.

Quienes influyen en la construcción de la opinión pública usan el argumento de la defensa de la democracia en su lucha con el gobierno de Bucaram. Pero su defensa a la democracia fue contradictoria. Por un lado, resistieron y cuestionaron la estrategia de Bucaram de sustituir la política basada en el diálogo y la confrontación de argumentos lógicos por las imágenes televisivas basadas en la cultura de masas. Por otro lado, los periodistas y editorialistas no respetaron a la democracia entendida como una serie de normas, reglas y procedimientos que regulan la convivencia ciuda-

36 Guillermo O'Donnell, "Delegative Democracy," *Journal of Democracy*, 5, 1 (January, 1994): 55-69.

37 Daniel Dayan and Elihu Katz, *Media Events*, (Cambridge: Harvard University Press, 1992); Tamar Liebes and James Curan, eds., *Media, Ritual and Identity*, (London: Routledge, 1998)

dana. Es así que el respeto a los procedimientos democráticos fue visto como secundario en la lucha sin cuartel contra de un presidente visto como la encarnación de la barbarie de las masas populares.

Las visiones normativas sobre la decadencia de las deliberaciones racionales de la política tradicional basada en el lenguaje y su sustitución por las imágenes manufacturadas por los medios masivos de comunicación social no ayudan a entender la política latinoamericana. En esta región aún los movimientos políticos basados en el proyecto de la ilustración tales como el liberalismo y el socialismo usaron el potencial movilizador de mitos emocionales y de discursos maniqueos. La relación entre emociones y razón instrumental estratégica se revelan claramente en la política populista. El populismo fue la mayor fuerza democratizadora en Latinoamérica. Desde los años treinta hasta los setenta los regímenes populistas expandieron el voto e incorporaron a la comunidad nacional a sectores previamente excluidos por la marginación económica, social y política. Los líderes populistas han usado un discurso maniqueo que presenta la

lucha entre el pueblo y la oligarquía como una confrontación total y ética entre el bien y el mal, la redención y el sufrimiento. Esta retórica movilizadora ha ido de la mano de una visión de la política como forma de participación popular directa, como la ocupación de espacios públicos y la aclamación a un líder. La apropiación autoritaria de los líderes populistas de la voluntad popular ha presentado grandes riesgos para la institucionalización de la democracia y estos movimientos, que han incluido a sectores previamente excluidos, no siempre han respetado las normas de las democracias liberales. Las coaliciones electorales populistas y los movimientos populistas han combinado el intercambio de recursos materiales entre líder y seguidores con apelaciones emotivas al pueblo como la esencia de la nación auténtica. La naturaleza de estos intercambios y de los discursos han cambiado en el tiempo. En la actualidad las políticas macroeconómicas distributivas de los llamados populismos clásicos han sido remplazados por políticas neoliberales. Estas políticas macroeconómicas que son excluyentes y antipopulares van de la mano con

políticas microdistributivas que incluyen parcialmente a los sectores más pobres a expensas de los sectores organizados que fueron los beneficiarios de los populismos clásicos como los trabajadores sindicalizados y los empleados estatales.³⁸

La idealización de la política como racional y deliberativa da fuertes argumentos normativos para criticar las fallas y los objetivos no alcanzados por las democracias liberales. Pero estos argumentos también pueden usarse para silenciar a quienes son construidos fuera de la razón y de la democracia, especialmente en sociedades en las que existen desigualdades sociales muy grandes y exclusiones cotidianas a los más pobres y a los "no blancos." Como lo anota Judith Butler, bajo la supuesta universalidad de la modernidad democrática "los sujetos son construidos a través de la exclusión, esto es, creando sujetos desautorizados, presujetos, figuras de la vileza, poblaciones borradas del horizonte."³⁹ Pese a que las élites dicen

ser la encarnación de la razón y de los valores democráticos, es importante anotar que históricamente han reprimido a la gente común en nombre de la razón, la modernidad y la civilización.

Este artículo ha cuestionado las interpretaciones del neopopulismo como manipulación de las masas atomizadas y fragmentadas por las élites que ahora controlan los medios masivos de comunicación social. La televisión no es la variable fundamental que explica las elecciones recientes de líderes "neopopulistas," pues no ha reemplazado al clientelismo y los mitines masivos de masas. Además, es importante señalar que los mensajes de los medios masivos son interpretados dentro de culturas políticas específicas y que los intelectuales y periodistas que ayudan a dar forma a la opinión pública tienen un papel importante al interpretar y ayudar a descifrar los mensajes de estos medios. Hasta que los proyectos de democratización no incluyan seriamente la

38 Véase mi libro *Populist Seduction in Latin America*, (Athens: Ohio University Press, 1999).

39 Judith Butler, "Contingent Foundations," en Seyla Benhabid, ed., *Feminist Contentions. A Philosophical Exchange*, (New York: Routledge, 1995), 47.

cuestión social, las élites continuarán usando la retórica de que ellas representan la razón para marcar fronteras y diferencias entre los ciudadanos respetables y aquellos contruidos como el "otro" esto es como la negación de la razón y de la democracia. Los líderes populistas continuarán con la práctica autoritaria de decir que son la encarnación de la voluntad popular y de los pobres presentándose a sí mismos como un reto a proyectos de democratización excluyentes y limitados. La tentación populista segui-

rá existiendo mientras los pobres vivan en regímenes que no respetan sus derechos constitucionales y sus derechos humanos. El populismo no desaparecerá mientras las diferencias de clase social se asemejen a diferencias de estamentos sociales en las que hay unos pocos individuos que están más allá del poder de la ley y la mayoría que pese a tener derechos escritos en constituciones en la práctica carecen del poder de usar sus derechos de ciudadanos.



AMERICA LATINA HOY

revista de ciencias sociales
nº22, agosto 1999

PERSPECTIVAS Y SITUACION ECONOMICA: La década de los Noventa en América Latina y el Caribe; Coyuntura y Tendencias Económicas: *Francisco Javier del Río* y *Carlos Alcántara Alejo*; *La industria manufacturera en Centroamérica: Perspectivas del ajuste a la nueva política comercial regional:* *Fernando Rueda Junquera*; Integración y Desarrollo Económico en América Central: El Renacer de un viejo Debate: *José Briceño Ruiz*; Apertura y Desarrollo Regional en la Periferia Capitalista: El caso de México: *José A. Alonso*; Rescate de la deuda bancaria en México: *Ricardo Becerra*; *El sector informal urbano del Ecuador: Una visión de su magnitud actual y la particular situación de la mujer en este:* *Carlos González Cevallos*; ¿La segunda "década perdida" del Ecuador?: *Vicente Albornoz*; La solidez de la economía chilena a la luz de las reformas estructurales: 1970-1997: *Angeles Sánchez Díez*; Las privatizaciones como mecanismo de atracción de las inversiones extranjeras: El caso de Perú: *Yolanda García Mezquita*.

OTROS ARTICULOS: La representación política de las mujeres en América Latina: *Jaqueline Jiménez Polanco*; El impacto electoral de las reformas económicas en América Latina (1982-1995): *Carlos Gervasoni*; Sobre la percepción y la decisión política de aplicar asilo diplomático: Una reflexión desde experiencias latinoamericanas: *Silvia Dutrénit Bielous*.

*América Latina Hoy es una publicación del Instituto de Estudios de Iberoamérica y Portugal
(Universidad de Salamanca).*

San Pablo 26. Torre de Abrantes (37001) Salamanca, España. Correo electrónico: latin hoy@gugu.usal.es