

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

El liderazgo menemista, los massmedia y las instituciones*

Marcos Novaro**

La personalización y la "massmediatización" o "espectacularización" de la vida política son dos rasgos tan recurrentes como gravitantes en las democracias contemporáneas. Actualmente se sostiene que se trata de los síntomas o rasgos más característicos de la "nueva política", entendiendo por ella la forma de articulación y funcionamiento de los sistemas políticos que en nuestro tiempo estaría reemplazando a las formas políticas pre-existentes.

"Nueva política" y liderazgos neopopulistas

El rol protagónico de las organizaciones de masas, la presencia de fuertes tradiciones ideológicas e identidades partidarias y de mediaciones institucionales como los parlamentos, de acuerdo con esta extendida interpretación, habrían ingresado en una fase de declinación irreversible en los años ochenta y

noventa. Y la "política tradicional" que en conjunto conformaban tiende a ser sustituida por las escenas y los acontecimientos generados en los medios de comunicación, por el papel descollante que adquieren la personalidad e imagen de los llamados "líderes de opinión", y por la volatilidad de las preferencias políticas de los ciudadanos (Pasquino, 1992; véanse también Sartori, 1989; y Touraine, 1992).

* Este trabajo fue realizado en el marco del proyecto sobre "nuevas formas políticas" que se lleva a cabo en el Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires. Una versión preliminar del mismo se presentó al seminario "Media and Politics" organizado por la New School for Social Research en marzo de 1998. Quisiera agradecer los comentarios de Carlos De la Torre y la colaboración de Susan Walker e Inés Pousadela en la preparación de este texto.

** Universidad de Buenos Aires-Conicet.

En el contexto latinoamericano es indudable la conexión entre estos epifenómenos de la "nueva política" y la emergencia de líderes neopopulistas (Zermeño, 1989; O'Donnell, 1992; De la Torre, 1997). Que se diferencian precisamente de sus predecesores populistas por la ausencia, o el menor peso, de las organizaciones de masas, tanto para los vínculos de lealtad y confianza que estos líderes establecen con sectores de la sociedad, como para las modalidades de acción y de gestión pública que ellos ponen en juego. Líderes populistas como Perón en Argentina, Haya de la Torre en Perú y Vargas en Brasil fundaron décadas atrás amplios movimientos que incorporaron a las masas pobres en la vida política de sus países. Y se basaron para ello en fuertes organizaciones de masas (sobre todo sindicatos) que promovieron activamente la movilización popular. En contraste, los líderes neopopulistas de los años ochenta y noventa, como Menem, Fujimori, Bucaram, Collor de Melo y Chávez, carecen del res-

paldo de una movilización organizada de sus partidarios. En gran medida su poder político se basa en el apoyo de corrientes de la opinión pública que son relativamente "pasivas" y no están organizadas (Novaro, 1996; Weyland, 1996).

La crisis de las economías sustitutivas, de las instituciones del Estado intervencionista, de los movimientos y partidos de masas y de las organizaciones de intereses, principalmente las sindicales pero también en cierta medida las empresarias, registrada en los años setenta y ochenta permite entender esta diferencia entre el viejo populismo de los cuarenta y cincuenta y el "neopopulismo" de nuestros tiempos¹. También las formas de socialización política de los electores han mutado profundamente en este lapso, siendo sustituidas las identidades y cliques partidarios más o menos permanentes por identificaciones más superficiales, menos densas en términos sociales y culturales, y por lo tanto mucho más volátiles. Paralelamente, encontramos que los líderes

¹ Respecto de estas diferencias entre el populismo tradicional y el neopopulismo, focalizadas especialmente en las políticas económicas y las bases sociales de apoyo, véanse Roberts (1995) y Weyland (1996).

neopopulistas difieren de los populistas tradicionales por los rasgos más destacados de sus personalidades carismáticas y por los estilos y los recursos con que crean confianza e identificaciones en sus bases de apoyo. Y ello está en directa relación, a su vez, con la transformación acelerada que han experimentado los medios de comunicación, de los que todos estos líderes han hecho un uso muy intenso.

Con todo, más allá de estos rasgos comunes y tendencias generales, lo que nos interesa destacar aquí es que el efecto institucional y las orientaciones específicas que adquieren los fenómenos de personalización y massmediatización, y especialmente el papel que cumplen los líderes neopopulistas en la consolidación o deterioro de nuestras jóvenes democracias, varían significativamente de un país a otro, según el contexto institucional y partidario en que ellos surgen y actúan.

Si bien en muchos países latinoamericanos detectamos la emergencia de estos nuevos liderazgos, y comprobamos que ellos comparten efectivamente muchos de los rasgos recién señalados, no se sigue de ello

que pueda generalizarse un diagnóstico sobre su impacto institucional. Más concretamente, contra lo que se ha sostenido en ciertos análisis comparativos que asumen una perspectiva de crítica global e indiferenciada respecto del efecto que tienen estos liderazgos para la salud de las instituciones de la democracia (O'Donnell, 1992; Ducatzenzeiler y Oxhorn, 1994), creemos que el impacto que tienen estos fenómenos neopopulistas varía de un país a otro según la fortaleza de los sistemas de partidos, los marcos constitucionales y los sistemas de frenos y contrapesos. Y ello permite explicar que no encontremos las mismas secuelas en términos de desorganización e "informalización" política, ni las mismas alteraciones en la calidad de la vida institucional en los distintos casos de la región.

Al respecto, nuestra hipótesis es que cuanto más sólidas son las instituciones y los partidos al momento en que emergen los líderes neopopulistas, y cuanto más rápida y eficazmente los partidos, las organizaciones de intereses y los poderes republicanos logran adaptarse a la nueva situación creada en estos años por los cambios económicos y

políticos señalados (cambios que los nuevos líderes a la vez expresan y potencian), en mayor medida logran acotar el alcance de la personalización y la massmediatización, constringiendo a los líderes a actuar dentro de sus marcos.

El caso de Carlos Menem, líder del partido peronista y presidente argentino desde julio de 1989 hasta diciembre de 1999, es demostrativo de esta tensión entre personalización y massmediatización, por un lado, y marcos institucionales y partidos, por otro. Menem inició su primer mandato en el medio de una profunda crisis económica y política, cuya más grave consecuencia fue la hiperinflación. Debido al debilitamiento experimentado por las instituciones políticas en ese contexto, Menem fue capaz de tomar decisiones y construir consenso para sostenerlas basándose casi exclusivamente en sus atributos personales de liderazgo, y en una estrecha asociación, también personal, con los grandes grupos empresarios y los medios de comunicación. Tanto los partidos políticos (incluido el propio peronismo) como el Parlamento y los demás actores institucionales quedaron al margen de la

toma de decisiones y del control del poder al comienzo de su gestión. Sin embargo, a partir de 1991 esta situación comenzó a cambiar: a medida que la emergencia económica iba quedando atrás, los partidos y el Parlamento tendieron a "adaptarse" a la nueva situación creada por la crisis y por las soluciones que le dio el liderazgo menemista, y recuperaron terreno progresivamente; incrementando sus roles en la competencia política, la formación de consensos, la selección del personal político y la toma de decisiones sobre políticas públicas. En consecuencia, debido a este cambio, Menem tuvo que moderar progresivamente su estilo personal y decisionista de gobierno, estableciendo relaciones de negociación y mediación con diversos actores institucionales y partidarios (los legisladores, los gobernadores, los propios funcionarios del Ejecutivo nacional, etc.).

Analizaremos a continuación, en primer lugar, la emergencia del liderazgo de Menem, las razones que lo llevaron a tomar distancia de su partido, los alcances de su estilo personalista y su relación con los medios de comunicación durante

los primeros años de su gobierno. Luego consideraremos los vínculos más permanentes que estableció con la dirigencia y las estructuras del partido peronista, y con otros actores institucionales, a partir de 1991, sobre la base de la mutua "adaptación" en el contexto de salida de la crisis. Y, finalmente, en la última parte del trabajo sugeriremos algunas consecuencias más o menos perdurables de estos cambios para la vida política argentina, nos referiremos a las nuevas tendencias que se observan a fines de los noventa y buscaremos establecer algunas comparaciones muy generales con lo sucedido en otros casos latinoamericanos.

El contexto de emergencia del liderazgo menemista y sus primeros pasos

El contexto en el que emerge el liderazgo de Menem y éste da comienzo a su gestión de gobierno, entre 1988 y 1989, es de un profunda desestabilización de la economía y un grave deterioro del Estado. Similar en muchos aspectos a las situaciones de crisis que dan origen a otros liderazgos latinoamericanos en esos mismos años (Haggard y Kaufman, 1992). En el caso argenti-

no, la crisis desembocó en un estallido hiperinflacionario entre febrero y junio de 1989 (los precios crecieron entre 50 y 200% por mes en ese período), que se prolongaría en otros picos algo menos pronunciados a fines de ese año y en 1990. A consecuencia de la hiperinflación, y a su vez realimentándola, se desató una crisis de gobernabilidad que sumió en el caos a la administración del predecesor de Menem, el radical Raúl Alfonsín, al final de su mandato (Torre, 1990; Palermo y Novaro, 1996). Lo que implicó que tanto el partido gobernante, la Unión Cívica Radical, como las instituciones de gobierno en general, ingresaran en una fase de pérdida de credibilidad y desprestigio ante la sociedad que tardarían varios años en poder superar.

A esto debemos agregar que el ascenso de Menem al poder coronó un largo proceso de deterioro de la tradición populista y del movimiento de masas que anteriormente habían cementado la identidad y la fortaleza electoral de su partido, el peronismo. La crisis del movimiento y la tradición populista tuvo su origen en la muerte del fundador del peronismo, Juan Perón, en 1974, y en el resonante fracaso de su go-

bierno entre 1973 y 1976, y se profundizó con la represión militar que siguió al golpe de Estado de 1976. La llamada "guerra sucia" diezmo las filas de la dirigencia, la militancia y del sindicalismo peronista. Contrasta llamativamente con el fracaso de los militares en otros terrenos la eficacia que demostraron para destruir el movimiento de masas y quebrar la capacidad de sus organizaciones para crear y movilizar consensos en la sociedad. Lo que tendría efectos políticos de largo aliento, entre otros, el marcado debilitamiento de los recursos tradicionales de poder en manos del partido peronista, y un fuerte enfrentamiento interno entre los sectores progresistas y reaccionarios del mismo (ya que los primeros fueron el objeto privilegiado de la represión, mientras que éstos actuaron en muchos casos como sus promotores, e incluso como ejecutores de la misma). Todo ello conllevó un grave perjuicio para las posibilidades electorales del peronismo al iniciarse la transición democrática, entre 1982 y 1983.

Al mismo tiempo, la debacle económica y fiscal que se desató a mediados de los setenta y que se prolongó con altibajos a lo largo de

los ochenta afectó fuertemente las bases financieras y organizacionales de los sindicatos, hasta entonces las principales bases de apoyo del movimiento peronista. Sucesivos ajustes presupuestarios y reducciones salariales se practicaron en el sector público argentino (en las agencias de las administraciones nacional y provinciales, en las empresas públicas, etc.) en los años 1974-77, 1982-83 y nuevamente en 1987-89. Provocando graves perjuicios a las organizaciones gremiales (tradicionalmente muy dependientes de los recursos que les proveía directa o indirectamente el Estado). A su vez, la recesión económica, que se fue agravando en ciclos más o menos simultáneos a los ajustes en el sector público, conllevó el cierre de miles de empresas y tuvo por consecuencia una drástica reducción de los afiliados de los gremios de la producción y los servicios. En suma, los sindicatos perdieron en pocos años miles y miles de miembros y un alto porcentaje de sus recursos financieros.

La derrota experimentada por el peronismo en las primeras elecciones de la transición democrática, realizadas en octubre de 1983, a manos de Alfonsín, evidenció la

gravidad de esta situación y a su vez la agudizó. Tras esos comicios el peronismo se dividió en un sector "ortodoxo" y uno "renovador", que se enfrentaron de modo aparentemente irreconciliable durante los años siguientes por el control de la conducción partidaria, de los sindicatos y por el favor del electorado (en varias provincias estas facciones presentaron listas por separado en las elecciones para gobernadores y legisladores de 1985 y 1987).

Fue realmente sorprendente que esta larga serie de dificultades y el progresivo deterioro del otrora imbatible movimiento no impidió que tanto entre los afiliados peronistas como en el electorado independiente se generara una fenomenal corriente de adhesión a favor de Carlos Menem a fines de los ochenta. Gracias a ella, Menem, hasta entonces gobernador de la pequeña provincia de La Rioja, logró inesperadamente imponerse en julio de 1988 en las Internas de su partido donde se eligió al candidato presidencial para el año siguiente. Sobre esa misma base, logró "pacificar" a su partido, reconciliando a ortodoxos y renovadores. Y, en mayo de 1989, obtuvo un resonante triunfo

sobre el radicalismo en las elecciones generales. La coexistencia de estos dos hechos, la decadencia y debilitamiento estructural del movimiento peronista, y la fuerte corriente de opinión favorable al caudillo riojano, habla a las claras de la presencia de un marcado rasgo personalista e "inorgánico" en ese liderazgo ya en sus orígenes.

Durante la competencia interna por la candidatura peronista a la presidencia y nuevamente en la campaña presidencial Menem tuvo oportunidad de desplegar plenamente un estilo personalista y "massmediático" de liderazgo, que luego perfeccionaría e intensificaría hasta el paroxismo en los primeros años de su gobierno. Dejando de lado recursos peronistas tradicionales, como ser las movilizaciones y concentraciones masivas, concentró su esfuerzo en apariciones e intervenciones en los medios de comunicación, por un lado, y en contactos "cara a cara" con los electores, por otro (cuya eficacia consistía, en buena medida, en que eran a su vez reproducidos o relatados también en los medios). En ambos terrenos era fundamental la actuación de sus habilidades carismáticas persona-

les, por sobre la argumentación o los contenidos programáticos de su discurso y la movilización de recursos simbólicos u organizacionales del partido (véanse Novaro, 1994; y Waisbord, 1995). Como candidato peronista, Menem hizo suyos algunos de los patrones y fórmulas argumentales del populismo tradicional, pero dejó de lado en su discurso electoral muchos otros. No mencionó al movimiento peronista, los sindicatos ni a las organizaciones de masas en general como actores importantes de su futuro gobierno. Frecuentemente reemplazó fórmulas canónicas como las del "pueblo peronista", "los trabajadores" y "los compañeros" por apelaciones más neutras y mucho más originales: "hermanas y hermanos de mi patria", "toda la gente de la Argentina", "los niños pobres que tienen hambre y los niños ricos que tienen tristeza", entre otras. Menem había tomado debida nota de la caída en desuso de aquellas fórmulas populistas tradicionales en el lenguaje cotidiano, y también del descrédito de las organizaciones a que ellas todavía remitían para el sentido común del electorado. Y supo innovar en el terreno de las interpelaciones

discursivas, así como lo hizo en el modo de producir acontecimientos políticos y en el uso de los medios de comunicación y de los espacios y códigos de la vida cotidiana.

Gracias a ello alcanzó una gran eficacia discursiva y obtuvo un plus de credibilidad de cara a una opinión pública que, alentada por las dificultades económicas y el desorden creciente, desconfiaba cada vez más de los partidos y las instituciones políticas en general, y le otorgaba poco crédito a las promesas de los dirigentes políticos. Al diferenciar su imagen pública de las organizaciones partidarias y sindicales, incluidas las que lo respaldaban con entusiasmo, y tomar distancia de la desacreditada "clase política", Menem se colocó en una posición de enunciación que le redituó una crucial ventaja estratégica tanto frente a su adversario en la puja interna por la candidatura peronista, Antonio Cafiero (gobernador de la provincia de Buenos Aires y presidente del partido) como ante el candidato radical a la primera magistratura, Eduardo Angeloz (gobernador de Córdoba y una de las figuras "históricas" del radicalismo). A diferencia de Menem, tanto por el esti-

lo como por los papeles protagónicos que venían desempeñando en la política nacional, estos dos dirigentes podían fácilmente identificarse como exponentes paradigmáticos de la denostada raza de los "políticos tradicionales".

Debemos decir, además, que una vez en el gobierno, en más de un sentido Menem obtuvo beneficios importantes de las debilidades organizativas y políticas que padecía el peronismo. Cuando asumió la presidencia encontró que la crisis fiscal y económica exigía una rápida y desprejuiciada toma de decisiones sobre el curso general a seguir. La situación de emergencia compelmía al nuevo gobierno a adoptar orientaciones hasta entonces impensables para casi todos los actores sociales y políticos, incluidos el propio presidente y sus colaboradores más cercanos. Y la debilidad estructural del movimiento y de la tradición populista proporcionó los márgenes de libertad adecuados para que Menem pudiera hacerlo sin graves costos políticos. Fue así que, a poco de asumir el mando, dejó de lado el programa partidario que había promovido desde siempre el peronismo y que él había presentado

en su campaña electoral. Y puso en marcha un profundo plan de ajuste y de reformas de mercado (privatizaciones, apertura de la economía, desregulación, ajuste fiscal y estabilización de la moneda). Contando, para ello, como principal respaldo, con el sostenido voto de confianza personal de la mayor parte de los electores peronistas y de muchos otros que no lo habían votado en 1989, pero que manifestaron su beneplácito en las encuestas de opinión y lo votarían en las siguientes elecciones.

Durante los primeros meses de su gestión la popularidad de Menem se ubicó entre el 60 y el 80%. Cayó a niveles bastante más bajos a fines de 1989 y nuevamente a fines de 1990, cuando recrudecieron las dificultades económicas. Pero luego de estas recaídas inflacionarias volvió a subir hasta ubicarse en un nivel más firme de entre 50 y 60% de adhesión. Este respaldo tuvo una importancia fundamental, al permitirle arrastrar tras de sí a los desorientados dirigentes de su partido. Y jugó decisivamente a su favor además frente a la oposición, el Parlamento y los actores sociales organizados. Asimismo, en la medida en

que ese apoyo se configuró por fuera del sistema partidario y del mundo de las organizaciones sociales y los grupos de interés, acotó los márgenes de oposición y resistencia reforzando las posiciones del Ejecutivo en la implementación de las reformas.

Las resistencias que intentaron sectores sindicales y de la dirigencia y la militancia peronistas en un primer momento, ante la puesta en marcha de este programa, no afectaron este respaldo sostenido de la opinión pública, ni pudieron contrabalancear el decidido apoyo que brindaban al curso de gobierno los medios de comunicación en manos privadas y los principales grupos económicos locales y extranjeros. Este apoyo electoral y de factores extrapartidarios de poder, que se ratificaría en la campaña electoral y los comicios de 1991 y en los momentos decisivos y los conflictos clave que enfrentaría el programa reformista, constituyó sin duda el sostén primordial de la gestión menemista durante sus dos primeros años, período en que ella fue, en todo sentido, más frágil (al respecto, véase Palermo y Novaro, 1996).

Para colmo, quienes resultaron más afectados tanto por la crisis

económica y política de 1989 como por las reformas que Menem puso en marcha (por la pérdida de posiciones en la economía y en el Estado que ambas les impusieron) fueron los mismos que podrían haber representado una amenaza a este repentino giro programático y al estilo personalista y decisionista que Menem puso en práctica en la gestión de gobierno. Nos referimos a los dirigentes partidarios, incluidos los del propio partido del presidente, y a las organizaciones sindicales y de empresarios dependientes del proteccionismo y de los múltiples beneficios que en forma difusa les proveía el Estado hasta entonces. A ello debemos agregar que los actores políticos e institucionales en general, de quienes dependía el efectivo funcionamiento de los mecanismos de frenos y contrapesos republicanos, aparecían ante los electores y los empresarios como "inhábiles para resolver la crisis" y eran fuertemente cuestionados por una parte considerable de la opinión pública que los consideraba co-responsables de la crisis. De modo que podían ser fácilmente desacreditadas sus reticencias respecto del programa de gobierno catalogándolas como la expresión de intereses fac-

ciosos que pretendían obstaculizar las reformas necesarias para defender el *statu quo*. En suma, instituciones como el Parlamento y la Justicia quedaban inhabilitadas para ejercer su rol de control, para actuar en la fiscalización, mediación y negociación de las decisiones de gobierno, en la medida en que eran consideradas más bien “parte del problema que parte de la solución”.

Como hemos dicho, los partidos habían perdido, en el contexto de la crisis de 1989, tanto sus capacidades de orientar la toma de decisiones gubernamentales como de mediar entre ellas y la sociedad. El profundo descrédito en que cayeron ante la opinión pública y sus marcadas divisiones internas bloquearon cualquier intento de condicionar el ritmo y orientación de las políticas impulsadas por Menem. La confianza de los electores hacia ellos ya venía decayendo desde años antes. Desde 1983 se registraba una progresiva desidentificación de los ciudadanos respecto de los partidos: las respuestas “porque soy peronis-

ta” o “porque soy radical” ocupaban un lugar destacado entre las justificaciones del voto que registraron las encuestas al comienzo de la transición democrática, pero a partir de 1987 quedaron relegadas a posiciones marginales (véase Catterberg, 1989). Los partidos reunían un 84% de valoraciones positivas en las encuestas de 1984, todavía un 63% en 1988, pero apenas un 15% a principios de los noventa (véanse Catterberg, 1989; Carballo de Cirley, 1993; y McGuire, 1995)².

Recién mencionamos algunas de las consecuencias de estos problemas para el peronismo. En lo que toca al radicalismo, al desprestigio resultante de la caótica conclusión de la gestión de Alfonsín se sumaron los fuertes conflictos internos entre quienes se oponían a las reformas de mercado impulsadas por Menem y quienes las miraban con simpatía. También en el peronismo en 1989 existían fuertes disidencias internas respecto del plan de gobierno. Pero quienes adoptaron una posición crítica descubrieron rápi-

2 Respecto de la crisis de representación de los partidos pueden consultarse también Aurelio (1986); Cavarozzi y Grossi (1989); Grossi y Gritti (1989); y Calderón y Dos Santos (1993).

damente que los recursos partidarios e institucionales que podían oponer al presidente carecían de eficacia frente a su estrategia decisionista, su capacidad para establecer una comunicación directa con la opinión pública y retener el sustento electoral. Varios intentos realizados por legisladores peronistas para frenar o condicionar el programa de reformas durante sus primeros años fracasaron estrepitosamente por esos motivos (Mustapic, 1996).

Entre los opositores a las reformas se contó a una buena parte de los sindicatos peronistas. Como dijimos, ellos sufrieron de lleno los embates de la crisis y eso redundó tanto en su debilitamiento organizativo e institucional, como en el empobrecimiento y la reducción del número de sus integrantes. También experimentaban un descrédito creciente ante la sociedad, fruto de la extendida corrupción de sus burocracias, su complicidad con la violencia y el autoritarismo en el pasado, así como la responsabilización colectiva por el trágico final del anterior gobierno peronista, a mediados de los setenta, y por la derrota electoral de ese partido en 1983.

Fue en buena medida por esos motivos que entre 1989 y 1991 fracasaron en su intento de crear un polo opositor a las políticas presidenciales, frenar o condicionar seriamente las privatizaciones, la desregulación y la apertura económica. Algo similar sucedió con algunas organizaciones empresarias, principalmente las que reunían a los interesados en mantener la economía protegida y los subsidios fiscales que les proveía el Estado. En suma, el contexto no era favorable para los acuerdos de tipo corporativo que en períodos anteriores habían caracterizado a los gobiernos peronistas, y los actores que pugnaban por rehabilitarlos carecían de la legitimidad y de los recursos de presión necesarios para condicionar las decisiones de la nueva gestión.

En lo que hace a los mecanismos institucionales de *accountability* horizontal encontramos que tanto los frenos y contrapesos republicanos como los mecanismos estrictamente administrativos de control de las decisiones presidenciales resultaron fuertemente afectados por la crisis del Estado. El Estado argentino había sufrido durante las décadas anteriores la progresiva coloni-

zación de sus agencias por parte de intereses sectoriales y la descomposición de la autoridad y la eficacia administrativa. Las redes de clientela de las maquinarias partidarias y la corrupción, que se expresaban en la distribución de empleos públicos, el control faccioso de la caja de las empresas públicas y otros mecanismos más o menos irregulares, fueron escapando del control de las autoridades y generaban permanentes distorsiones y cada vez más agudos desequilibrios fiscales. De manera que podemos decir ya en los albores de la transición democrática ese Estado estaba financieramente quebrado, administrativamente desarticulado y seriamente deslegitimado ante la sociedad. La hiperinflación de 1989, más la depresión económica que le siguió, agravaron esta situación hasta un punto límite. Al inicio del gobierno de Menem el Estado, en consecuencia, era considerado por una porción creciente de la población como el principal responsable de todos los males del país, y por lo tanto todo lo que proviniera de él, o estuviera ligado a sus mecanismos opacos e ineficientes, carecía de credibilidad y podía ser considerado una amenaza para

el bien público. Ello colaboró fuertemente a justificar la reducción del Estado y a que se impusiera la idea de que sólo la concentración del poder en manos del presidente permitiría vencer las resistencias de los intereses sectoriales y partidarios y de las burocracias corruptas contra las reformas de mercado. Resistencias a las que el presidente atribuyó con éxito todas las objeciones y críticas que se planteaban en el Parlamento, la Justicia y otros organismos de control.

Digamos también que el evidente debilitamiento de los recursos institucionales y organizacionales estimuló a Menem, como a otros líderes que enfrentaron situaciones de crisis similares en esos años, a crear y utilizar otros recursos de consenso y otros instrumentos de acumulación de poder y de gobierno. Con lo que se fortalecieron los rasgos personalistas de su liderazgo, se hizo recurrente el uso de los medios para obtener la confianza de la opinión pública, así como la búsqueda de apoyos de parte de grandes empresarios y de equipos técnicos extrapartidarios, de modo de garantizarse un margen de autonomía importante respecto del parti-

do, las burocracias estatales y sindicales.

La personalización y la massmediatización como estilo de gobierno

Menem encontró, al inicio de su gobierno, recursos y apoyos alternativos a los partidarios e institucionales en nuevos actores que, precisamente en ese momento, estaban adquiriendo mayor relevancia y eficacia: los medios masivos de comunicación, una opinión pública mayoritariamente favorable a un liderazgo personalista y ejecutivo, y el *establishment* empresarial. Nos referiremos centralmente en este apartado a la relación con los medios y la opinión pública durante los primeros años de la gestión menemista (1989 a 1991). En cuanto al papel de los intereses empresarios no consideraremos la cuestión en toda su dimensión, sumamente relevante pero inabordable en este trabajo, sino tan sólo el rol de ciertos medios en tanto formadores y voces de la opinión predominante en el mundo de los negocios.

Los medios de comunicación fueron un recurso fundamental para Menem, en su afán de construir una relación de confianza "no mediada"

por organizaciones ni instituciones entre él y la opinión pública. Esto resultó decisivo para la creación y preservación del consenso electoral en un contexto en el que el partido y sus organizaciones no parecían garantizarle un acompañamiento disciplinado de sus políticas ni tampoco el éxito electoral.

Sin duda la hiperinflación cumplió un papel central en la legitimación del liderazgo personalista de Menem. Creó una "situación de excepción" de la que había que salir a como diera lugar, y ello alentó la convicción, que se mantuvo vigente bastante tiempo después de que se hubieran estabilizado los precios (a partir de 1991), de que la firmeza de Menem y el rumbo por él decidido eran la única garantía para no volver al caos. Con lo que además se justificaba *a priori* cualquier decisión del presidente y su indiferencia ante reclamos hechos en nombre de derechos o intereses particulares afectados por sus políticas (reclamos representados por organizaciones sectoriales o partidarias que no eran reconocidas como interlocutores legítimos del líder). Incluso muchos toleraron los más peligrosos abusos de poder de su parte en el

nombre de una supuesta ausencia de alternativas. Esto se reflejó en las encuestas de opinión: a lo largo de varios años el porcentaje de adhesión al presidente fue significativamente mayor que el que despertaba el gobierno en su conjunto y la diferencia era aun más grande respecto del partido oficial (respecto de las disposiciones favorables de la opinión pública ante el decisionismo presidencial durante la crisis de 1989 se puede consultar Zuleta Puceiro, 1990).

De todos modos conviene advertir que, a pesar del aparente carácter "no mediado" de la relación muy favorable que estableció Menem con la opinión pública, y del clima favorable que proporcionaba el contexto de crisis, aprovechar ese recurso y estas circunstancias para su gestión de gobierno no era tan sencillo como podía parecer. Exigía de parte del líder la formulación de un argumento convincente y una estrategia comunicacional compleja, que involucraba distintos planos y actores.

Cuando Menem adoptaba una decisión imprevista que iba a ser resistida por los legisladores propios y ajenos, los dirigentes partidarios y

los sindicalistas, dependía en buena medida de los periodistas y los medios para lograr una buena recepción no sólo en el público desagregado que conformaba su principal base de apoyo electoral, sino también entre los actores económicos de peso, e incluso en los cuadros políticos más relevantes de su propia fuerza y de su gobierno, que se verían o no compelidos a acompañarlo, o al menos a no adoptar una actitud de resistencia activa, según la presión que ejerciera la opinión predominante. El presidente debía poder convencer a todos estos actores, o al menos a una parte sustancial de ellos, de que en el éxito o fracaso de esa decisión se jugaba el destino del programa de gobierno y con él, la posibilidad de superar la crisis y evitar una recaída en la hiperinflación. Y para lograrlo era fundamental contar con la colaboración de los principales "formadores de opinión" de los medios. Es así como personalización y massmediatización se alimentaron mutuamente.

Existe una explicación bastante obvia de este rol descollante que adquirieron los medios en la formación del consenso político durante

esos primeros años del gobierno de Menem. En el momento en que los partidos políticos estaban más desacreditados y divididos, la autoridad estatal aparecía más debilitada y la incertidumbre económica era más pronunciada, a los ojos del público la confiabilidad y eficacia de los medios en la producción de información y en la coordinación de expectativas y acciones colectivas se mantuvo y aun se incrementó. En esa situación los medios fortalecieron un doble rol como "la voz de la sociedad" ante los gobernantes y el terreno y mecanismo privilegiado de producción de acontecimientos e información política para el público. Ello les permitía actuar como mediadores privilegiados de las actividades económicas, políticas y en la vida social en general, en un contexto de gran debilidad de las instituciones (véanse Sarlo, 1992; Quevedo, 1992; y Grimson y Rocha, 1994).

Esta capacidad para coordinar la acción colectiva había podido constatarse en la misma gestión de la crisis hiperinflacionaria. Los medios con influencia en el mundo de los negocios habían propagado con una velocidad asombrosa las

"corridas" en el mercado de cambios que precedieron a la disparada de los precios internos entre febrero y junio de 1989; y nuevamente entre diciembre de ese año y enero de 1990. Esos medios también tuvieron una parte importante en la generación de las expectativas negativas de los inversores, velozmente difundidas entre el público en general, que frustraron los intentos de estabilización lanzados por Alfonsín en 1988 y por Menem durante su primer año en el gobierno. Era evidente que, dado que la opinión de esos medios y periodistas especializados (los diarios de negocios, los periodistas promovidos y consultados por las grandes empresas, etc.) era absolutamente decisiva para la suerte de las políticas de gobierno, ganar su beneplácito se volvía una tarea fundamental para las autoridades. Y para lograrlo Menem estuvo dispuesto a ceder todo lo necesario en el juego extorsivo que aquellos le planteaban, del cual muchos propietarios de medios sacarían grandes ventajas (por ejemplo, a través de una participación privilegiada en la privatización de los canales de televisión y las estaciones de radio en manos del Estado, que se llevó a ca-

bo en la primera etapa de la gestión reformista).

En un plano más general, los medios habían ayudado a “expresar”, o más precisamente a darle fuerza y consistencia, a una corriente de opinión privatista que desde mediados de los ochenta venía conquistando el apoyo de una franja creciente de la sociedad. Un rasgo central en esta corriente era la disposición al cambio: en una sociedad tradicionalmente inclinada a favor del proteccionismo estatal, implicaba un cambio actitudinal relevante la disposición a aceptar las reglas de mercado, las privatizaciones de empresas y un retiro general del Estado de la vida económica (Mora y Araujo y Noguera, 1986, 1990). Esa nueva disposición parecía chocar con la actitud tradicional de los partidos, principalmente de los dos mayoritarios, cuyos dirigentes en general no prestaron oídos a estos reclamos. Lo que perjudicó sus posibilidades de reacción en el momento en que estalló la crisis y la corriente privatista se volvió predominante. En contraste, el mérito principal de los medios fue que, además de contribuir a la configuración de este nuevo credo, elabora-

ron un libreto apuntando al corazón del problema en clave bien simple: empresa estatal equivalía a ineficiencia e intervención pública significaba distorsión, corrupción y déficit, abarcando indiscriminadamente la totalidad de las empresas públicas y actividades regulatorias del Estado. El surgimiento de este estado de ánimo antiestatista reconoce, entre otras causas, el hecho de que amplios sectores sufrían en carne propia, de modo perceptible, la crisis del Estado, a través del deterioro de las prestaciones de los servicios públicos, del sistema de seguridad social, de los salarios del sector, etc., tendiendo a posicionarse como usuarios mucho más que en función de identidades partidarias o discursos ideológicos tradicionales. A partir de este estado de ánimo, y también en base principalmente a los medios de comunicación y a actores movilizadores de opinión, la opinión pública se iría conformando como un verdadero sujeto político que resultó decisivo para la gestión menemista.

Fue ese consenso antiestatista, antiproteccionista y favorable a las reformas de inspiración neoliberal que predominó en los medios y que

ellos colaboraron a difundir en la población entre fines de los '80 y principios de los '90 el que actuó como término de referencia de las nuevas orientaciones que adoptó el presidente Menem. Ello incluyó también la justificación del decisionismo ejecutivista, dado que en muchos casos los periodistas y comunicadores adoptaron una posición militante contra la "clase política", la "burocracia ineficiente" de los partidos y el Parlamento, a favor del líder que se expresaba a través de sus programas y editoriales. Los controles y el equilibrio de poderes eran, de este modo, sistemáticamente asociados a la ineficacia y la ineficiencia por los más entusiastas profesionales de los medios³.

Esta orientación de los medios

se justificaba, en algunos casos, por las ventajas que sus propietarios obtenían o esperaban obtener de las políticas que impulsaba el Ejecutivo. En otros casos, por su adhesión a los principios del neoliberalismo. Muchos periodistas y empresarios de medios pensaban que 1989, tanto en Argentina como en el resto del mundo, marcaba el inicio de una nueva era. Y adoptaron entonces la filosofía del mercado como la verdad indiscutible del nuevo tiempo, la *Weltanschauung* triunfante y el pasaporte para ingresar en el nuevo ciclo civilizatorio que se iniciaba. Aunque también, en ocasiones, la actitud favorable de los medios reflejaba simplemente la necesidad comercial y pragmática de ajustar la oferta informativa a lo que parecían

3 Un semanario de gran circulación entre los inversores y empresarios editó en 1988 y 1989 una serie de documentos referidos a "la cuestión del Estado contra la Nación". Buena parte de la prensa independiente acompañó durante los primeros años con bastante consideración al gobierno nacional en sus usos y costumbres, haciendo la vista gorda o aun alabando los desbordes decisionistas y el extremo personalismo. Por ejemplo, en un comentario del decreto 'desregulador' de noviembre de 1991, el editorial de *La Nación*, uno de los más importantes diarios del país, sostuvo que "(el decreto) se puede resumir en estos términos: a la libertad política (conseguida desde 1983) sigue la libertad económica [...] estas dos clases de libertades se convierten en una sola [...] (ahora cita un empresario) '[...] puede ser una señal que el Congreso tome en cuenta para actuar debidamente' (3-11-91). Ciertas "usinas" de ideas fueron muy activas durante esos años. Por ejemplo, algunas organizaciones empresarias: Unión Industrial Argentina, Sociedad Rural, Cámara de Comercio, etc., que siempre han actuado, más que como corporaciones de intereses, como tribunas de opinión de orientación liberal, tal como ha mostrado Jorge Schwarzer (1990).

ser las inquietudes y demandas predominantes en la opinión pública.

Atendiendo a la primera de estas motivaciones del apoyo de los medios a las políticas de Menem, una mención especial debe hacerse a la formación de poderosos multimédios. Estas compañías emergieron a principios de los noventa, como consecuencia de las privatizaciones y la desregulación del sector de las comunicaciones. Hasta entonces regía una legislación que prohibía que un diario o medio gráfico fuera propiedad o estuviera bajo el control del propietario de una emisora de radio o televisión. Casi todas los canales de televisión abierta pertenecían al Estado. Las estaciones de radio que no eran controladas por él se repartían entre una multitud de pequeños y medianos empresarios. Y los diarios más importantes eran controlados por empresas familiares tradicionales, con muy tenues o irrelevantes lazos con corporaciones nacionales e internacionales, por lo que su política editorial no estaba influenciada, al menos no directamente, por intereses económicos concentrados.

Menem permitió que los grandes diarios participaran de la privatización de los canales de TV estatales y los autorizó a comprar emisoras de radio y redes de televisión por cable (redes que experimentaron, precisamente a comienzos de los noventa, una veloz expansión en las grandes ciudades). Con lo cual en poco tiempo se conformaron un puñado de corporaciones empresarias que pusieron bajo su control los medios más importantes del país y una proporción altísima de la audiencia.

Tres de estas corporaciones de medios, CEI, Clarín y Multimédios América, han llegado a concentrar el 90% del mercado nacional de las comunicaciones (considerando la venta de espacios publicitarios). El CEI, por lejos la más joven y poderosa de las tres, controla el 50% de la red nacional de telefonía, dos canales nacionales de televisión, dos compañías de televisión por cable y una importante empresa editorial (que publica doce revistas de actualidad), a lo que se suma una gran cantidad de canales de televisión locales. Este holding fue creado por tres inversores principales, Citibank, República Holding y el Grupo Wert-

hein, con intereses en muchos países y sectores económicos⁴. En conjunto, estos tres grupos tienen 25.000 empleados y ganancias por alrededor de 6.000 millones de dólares al año. En cuanto al grupo Clarín, nació a comienzos de los noventa cuando los propietarios del matutino más importante de Argentina (Clarín imprime diariamente cerca de 600.000 ejemplares) adquirieron el canal estatal de televisión de mayor audiencia y varias estaciones de radio. Pocos años después crearon su propia cadena de televisión por cable y otras compañías en distintos sectores de las comunicaciones (una productora de cine, una compañía de espectáculos y eventos deportivos, etc.). La tercera corporación en orden de importancia, América, posee la cuarta emisora de televisión abierta, un matutino y una importante red de radioemisoras, así como participación en una compañía de televisión por cable. Tiene también intereses

en otras actividades. Como Clarín y el CEI, América utilizó exitosamente su control sobre medios de comunicación para obtener ventajas en privatizaciones y licencias concedidas por el Estado durante estos años: en 1998 se impuso en la licitación de la administración de los aeropuertos gracias a un intenso juego de presiones ejercidas a través de sus distintos medios.

Advirtamos, de todos modos, que no todas estas corporaciones o multimedios respaldaron en igual medida y con igual entusiasmo las políticas de Menem durante estos años. Por ejemplo, el CEI fue mucho más favorable a las políticas oficiales que Clarín, que sostuvo en muchos casos posiciones autónomas y "neutrales" (lo que le implicó, a su vez, dificultades para extender su influencia y sus inversiones). Pero lo cierto es que aún los más independientes se cuidaron de no afectar sus buenas relaciones con el presidente y lo siguieron haciendo al

4 El Holding República, de los tres integrantes del CEI el más directamente vinculado al gobierno de Menem, entró en crisis cuando a principios de 1999 su banco fue a la quiebra y la Justicia comenzó a investigar a su presidente, Raúl Moneta, actualmente prófugo. Con ello se inició una profunda reorganización del CEI.

menos hasta el final de su primer mandato⁵.

Menem fue muy hábil en el uso de los medios como terreno e instrumento de su acción política, y ello le ayudó a crear y conservar la confianza de la opinión pública en sus decisiones y en su capacidad de gobernar. Como hemos anticipado, sin embargo, la explicación de este fenómeno no puede limitarse a considerar el desempeño y las transformaciones de los mismos medios. Ya que las raíces de este fenómeno son políticas e institucionales, deben analizarse como tales.

Habida cuenta de las dificultades para desarrollar una movilización de masas consistente con su estrategia política (dadas las contradicciones internas en su partido ya descritas y las resistencias de los sectores que aun conservaban cierta capacidad de movilización sectorial) y la debilidad de los recursos institucionales disponibles, sus iniciativas políticas y sus campañas

electorales tendieron naturalmente a basarse en los recursos que tenía a su alcance: entre ellos, la confianza que concitaba la prensa, la radio y la televisión en la opinión pública y las simpatías de buena parte del periodismo y de las empresas de medios hacia sus políticas. Menem advirtió las potencialidades y también los peligros para la sostenibilidad de su gobierno que se derivaban de respaldarse en una opinión pública fragmentada, sumamente volátil y mayoritariamente independiente. Y supo aprovecharse de aquéllas y evitar éstos a través de un muy ágil y eficaz vínculo con los medios.

Uno de los rasgos más llamativos del uso de los medios para legitimar políticas de gobierno por parte de Menem es que se transmitió una imagen de "efectividad del líder", construida sobre la base de la función demostrativa de "hechos consumados" y no de argumentos políticos que contuvieran promesas a futuro. Las decisiones del presi-

5 Ciertamente existen todavía medios independientes en Argentina, principalmente periódicos y estaciones de radio. Usualmente han ofrecido información y posiciones más críticas respecto de las políticas de gobierno que las grandes corporaciones y, desde 1989, jugaron ocasionalmente un rol importante como jueces de sus decisiones, promoviendo activamente reacciones críticas del público. De todos modos, lo cierto es que la cobertura de este sector de los medios es decreciente.

dente se impusieron como hechos inevitables e irreversibles, usualmente en esta etapa por medio de derechos de necesidad y urgencia que le permitían prescindir del Congreso y del partido. Una vez consumadas sus decisiones, se les buscaba consentimiento *ex post* a través de los medios. Y los resultados supuestamente indiscutibles de dichas decisiones eran invocados como justificación de la reincidencia en este estilo de toma de decisiones inconsultas e incontroladas. De este modo se construyó el prestigio de un líder que se definía a sí mismo como un gran innovador, un "intuitivo" que hacía un culto de la "acción por sorpresa", el manejo del secreto y la falta de límites y compromisos.

La palabra de un líder asentado en estas "virtudes" no tiene, por lo tanto, un valor en sí misma, ni puede comprometerlo, porque él nada promete (Hilb, 1994). Y carece también de sentido el debate de argumentos o la referencia a posiciones defendidas en el pasado, incluso las más recientes. Por este motivo, la massmediatización de la vida política y del ejercicio del poder se mantiene, en el caso del menemismo,

radicalmente alejada de las prácticas deliberativas y la confrontación de argumentos con la cual, en planteos teóricos o en el análisis de otras situaciones, se la ha asociado. Nada más alejado del modelo menemista, en este sentido, que la "democracia de lo público" de Bernard Manin, en la que la deliberación a través de los medios de comunicación precede a la toma de decisiones (Manin, 1995).

Menem mantuvo durante su gestión de gobierno, al igual que durante las campañas electorales, una altísima exposición a la prensa, las radios y la televisión. Mientras que Alfonsín realizó en toda su gestión apenas 6 conferencias de prensa en la Casa Rosada (sede del gobierno nacional) y dio unos pocos reportajes exclusivos, en los años de Menem las conferencias de prensa fueron algo cotidiano y el presidente concurrió con una frecuencia inusitada a ciertos programas periodísticos. Llegó incluso en un par de ocasiones a officiar de conductor en programas de actualidad. Menem, además, evitó sistemáticamente el debate público con líderes de la oposición y excluyó de su agenda a los periodistas críticos, al mismo

tiempo que recurría a comunicadores incondicionales para transmitir anuncios trascendentes de la política de gobierno, justificar sus decisiones y mantener un contacto permanente con la opinión pública, no mediado por el partido o las instituciones⁶.

Las intervenciones de Menem en los medios siguieron dos modalidades claramente diferenciables, cada una de ellas correspondiente a un rasgo de la imagen que construyó para sí. La primera podemos identificarla como estrictamente populista: buscó presentarse como un líder dotado de capacidades extraordinarias, que lo convertían en una persona prácticamente infalible, como todos los grandes líderes populistas en la historia, capaz de encarnar por lo tanto las aspiraciones regenerativas de la sociedad frente a una burocracia y una clase política corrompidas y una multitud de intereses particulares carentes de unidad y guía. A la vez, y esta es la segunda modalidad, utilizó un esti-

lo discursivo y gestual con el que buscó presentarse como *l'uomo qualunque*. Su lenguaje cotidiano, pasional y emotivo más que intelectual, lo ayudó en este sentido a establecer afinidades inmediatas con los "sentimientos" de la audiencia. La exposición de su vida personal, sus peleas matrimoniales, sus hábitos sexuales y pasiones deportivas completaban el cuadro de un "personaje de los medios", muy distante de los retratados en los noticieros políticos, mucho más afín, en cambio, a los que aparecían en las telenovelas y las crónicas de las secciones de espectáculos y deportes de los periódicos. Esta segunda modalidad de intervención mediática es, sin duda, la más original y la que podemos considerar como propiamente "neopopulista".

El liderazgo de Menem fue excepcionalmente exitoso porque logró articular en forma magistral las dos imágenes, el héroe populista y la estrella de telenovela, haciendo que cada una reforzara a la otra. Es-

6 La composición de su primer gabinete de ministros fue anunciada sorpresivamente en un programa televisivo, estando la mayor parte de los dirigentes del PJ en ayunas al respecto. Esto se repitió con algunas de las decisiones más relevantes de su gobierno en la primera etapa: decretos de privatización, reformas financieras e impositivas, limitación del derecho de huelga, etc.

ta habilidad parece ser también una característica de líderes neopopulistas en otros países. En ocasiones, como hizo Menem, ellos juegan un papel heroico, como figuras paternales que velan por el bienestar del pueblo, tal como está establecido en la tradición populista que debe hacer un gobernante. Agregando un nuevo y más "personalista" o íntimo contrato de identificación, ellos apelan directamente, sin mediaciones organizadas y partidistas, a las más fuertes pasiones e inquietudes del público: sus temores cotidianos, las esperanzas y ambiciones personales. De modo de poder lidiar con la ausencia de entusiasmo y movilización política, la desconfianza hacia las organizaciones y las instituciones en general, que caracterizan la vida política de nuestros países en estos tiempos (este vínculo entre baja intensidad de la ciudadanía política y estilo "intimista" o "hiperpersonalista" de liderazgo es profundamente analizado por Ludolfo Paramio, véanse 1993 y 1997).

Estos componentes "neopopulistas" suponen, simultáneamente, una cierta "despolitización" de los temas y las decisiones en juego en la escena política y la gestión de go-

bierno. Menem, en este sentido, aparece ante el público como "uno de nosotros", una persona que puede entender nuestros problemas y necesidades. Alguien que se diferencia de la "clase política" porque sus sentimientos y ambiciones "pueden homologarse a las de la gente común como nosotros". Sus motivaciones para elegir un curso de acción entre otros son siempre, aparentemente, razones personales, no políticas. Por ejemplo, cuando decidió indultar a los jefes militares condenados por violaciones a los derechos humanos cometidas durante la última dictadura militar, sostuvo que "no podía soportar ver a nadie en prisión". En otra ocasión, para justificar la protección otorgada por su gobierno a funcionarios envueltos en escándalos de corrupción, afirmó que "nunca abandonaría a un amigo". Recordemos también, en este mismo sentido, el tipo de interpelaciones que dirigía al electorado: la más habitual era la de "hermanas y hermanos de mi patria", claramente mucho más neutra y despolitizada que los tradicionales "compañeros" o "trabajadores".

Es importante aclarar que esta tendencia a la despolitización no es

la consecuencia de la mera influencia de los medios en la política, sino de un particular uso de los medios en una estrategia política particular, que hemos definido como "neopopulista". Volveremos más adelante sobre este punto, cuando nos refiramos a la emergencia de una estrategia política de oposición progresista, a mediados de los noventa, que implicará otro uso de los medios.

Mientras tanto, volviendo a Menem, puede decirse en conclusión que fue en buena medida en el cruce entre el clima de opinión favorable que los medios ayudaban a formar y orientar, y las imágenes de ejecutividad y confiabilidad que a través de ellos el líder buscó, con bastante éxito, imponer y reproducir, que se definió el ritmo y el tono de las iniciativas del gobierno, al menos durante los primeros años de la gestión menemista. En buena medida Menem fue capaz de enfrentar y resolver los fuertes desafíos que enfrentó al lanzar su programa de reformas e iniciar su implementación gracias al manejo de estos dos elementos.

Pero la verificación de esta interacción no autoriza a sostener que

las decisiones de Menem, ni mucho menos la estrategia en que se enmarcaban, estuvieran impulsadas por el periodismo o por los medios. Algunas interpretaciones sobre este período han exagerado la gravitación de ciertos periodistas o empresas de medios en la adopción por parte del presidente del credo neoliberal y del programa de reformas de mercado. Debe distinguirse, en este sentido, el rol indudable que ellos tuvieron en la formación de un consenso favorable y en la posterior legitimación de las decisiones gubernamentales, de la toma de decisiones en sí misma y del complejo proceso de sostenimiento e implementación del programa de gobierno (en las que influyeron mucho más, desde un principio, los grandes grupos empresarios, los organismos internacionales de financiamiento, y, a partir de 1991, como veremos, también los equipos técnicos y el propio partido).

Es cierto que, entre 1989 y 1991 parecieron diluirse por momentos las fronteras entre la política y la función periodística de algunos medios y comunicadores. Puede estimarse que en ello se evidenciaba tanto la estrategia de legitimación

de Menem como la convicción de muchos de los periodistas que tenían diálogo fluido con el presidente de estar cumpliendo un rol político fundamental, y de influir efectivamente en la toma de decisiones. El hecho más llamativo en este sentido, que pareció confirmar tanto la autoimagen de esos periodistas como los temores de muchos analistas preocupados por la salud de las instituciones, fue la llamada Plaza del Sí. En ella se reveló en toda su dimensión el juego triangular entre el presidente, la opinión pública y los medios.

La Plaza del Sí consistió en una convocatoria a movilizarse a la Plaza de Mayo (frente a la Casa Rosada) en apoyo a las políticas de Menem, formulada en abril de 1990 por un grupo de figuras de los medios de comunicación de gran predicamento público. Este grupo estaba integrado, entre otros, por Bernardo Neustadt, conductor del principal programa de actualidad de la televisión, Julio Ramos, director del diario de negocios de mayor predicamento en el *establishment* empresario, Constanancio Vigil, propietario de una decena de semanarios y revistas, y Gerardo Sofovich, conduc-

tor de *talk shows* que poco después sería designado interventor de la cadena de televisión estatal. Este grupo era el que, por entonces, cumplía, o pretendía cumplir, un rol casi "partidario" de mediación entre el presidente y la opinión pública, e incluso en algunos casos de asesoramiento en la designación de funcionarios y la toma de decisiones (tal como lo ilustran los reportajes a Ramos y Neustadt aparecidos en esos días en *Página 12*, 8-4-90). La concentración tuvo el propósito de dotar de un respaldo social explícito a las políticas de reforma del Estado y las privatizaciones, en momentos en que ellas recibían fuertes impugnaciones desde los sindicatos más combativos y desde una parte de los legisladores y gobernadores peronistas. La modalidad escogida para esta manifestación y la identidad de los convocantes, hasta poco antes furiosos antiperonistas, expresan a las claras la disposición a conformar una coalición de apoyo todo lo heterodoxa que fuera necesario. Lo que implicaba, al menos por entonces, ignorar al partido. La composición social de los asistentes, que en gran proporción se hicieron presentes de modo espontáneo y

desorganizado, fue notoriamente heterogénea, expresando la adhesión desde sectores de clase alta tradicionalmente enfrentados al peronismo, hasta estratos carenciados del Gran Buenos Aires⁷. Es de destacar, además, que esa concentración fue la única manifestación pro-gubernamental realizada durante estos años en la histórica Plaza de Mayo, donde el peronismo tradicionalmente realizaba sus actos masivos.

En esta y otras ocasiones similares lo que aparecía a los ojos de la opinión pública y de los militantes y dirigentes del partido oficial era que el líder formaba sus juicios y tomaba sus decisiones siguiendo los códigos del éxito televisivo, incitando el interés de la audiencia para poder conservar el centro de la escena, y que se dejaba llevar por los periodistas, comunicadores y empresarios de los medios.

Una de las consecuencias de ello fue que la "videopolítica" se convirtió en objeto de fuertes críticas dentro de las fuerzas políticas,

incluido el partido oficial, a raíz del temor que reinaba en ellas a ser marginadas definitivamente de sus funciones inherentes. La videopolítica comenzó, por lo tanto, a ser denostada como expresión del imperialismo que ejercían en el espacio público los grupos de interés más concentrados, a través de los multimedia. La contraposición en estos términos entre "los medios" y "la militancia política" no expresaba sólo una diferencia en la modalidad de construcción política, sino también las tensiones resultantes del acelerado giro que estaba impulsando el presidente y la incertidumbre respecto del papel que tendrían en el futuro los partidos, los sindicatos y las instituciones políticas en general.

Pero lo más curioso es que esta brecha política e ideológica que se abrió entre el líder, irreverente ante las tradiciones, los compromisos y las reglas institucionales, y el partido peronista, que aparecía "retrasado" respecto de aquél en términos

7 Este rasgo, constatable en otros indicadores que reflejaron el humor de la población por aquel entonces, permite postular que la opinión pública pro-reformas constituyó una confluencia de muy diferentes sectores, también diversa en cuanto a la índole de su respaldo y en sus motivaciones.

programáticos y escasamente eficaz para cumplir una función de contrapeso y control, no derivó en la dispersión y descomposición de éste último, sino en su progresiva adaptación al nuevo contexto. Ello se evidenció a poco de andar el gobierno de Menem, cuando el partido peronista, los legisladores del oficialismo e incluso buena parte de los sindicatos comenzaron a ofrecer al presidente su colaboración en el programa de reformas a cambio de cuotas mayores de participación en la toma de decisiones, la distribución de recursos, la selección de funcionarios y candidatos. La consideración de este proceso nos llevará a analizar la otra cara de la gestión menemista, la que permite explicar la recomposición del partido peronista y el modo en que se sostuvo la implementación del programa de reformas a partir de 1991, cuando la emergencia económica fue quedando atrás y se hizo necesario incluir a un número creciente de actores institucionales.

Las instituciones como instrumento y como límite al poder personal

A partir de 1991, una vez que el curso reformista del gobierno se consolida y se estabiliza la situación

económica, podemos advertir un rápido proceso de adaptación del partido peronista a las nuevas condiciones de la competencia electoral, la formación de consensos, la selección de funcionarios y la toma de decisiones de gobierno (Levitsky, 1997). El resultado de ese proceso es que el peronismo, lejos de diluirse como fuerza política, consolida sus recursos institucionales, su rol en la competencia política (fundamentalmente a partir de que vuelve a ser el ámbito en que se seleccionan los candidatos y funcionarios) y en la negociación de las medidas de reforma (a través de la concertación entre el Ejecutivo nacional y las bancadas legislativas, por un lado, y entre el primero y los gobernadores peronistas, por otro lado), con lo que deviene progresivamente en un efectivo "partido de gobierno". Si bien en ese proceso se completa su desactivación como movimiento de masas, adquiere algunos rasgos propios de los partidos profesionales-electorales (Panebianco, 1982).

Es así como este partido logra dejar definitivamente atrás la crisis desatada a fines de los años ochenta, la amenaza que había supuesto la emergencia en su seno de un líder personalista que actuaba autó-

nómente y la competencia de los medios de comunicación en el cumplimiento de funciones de mediación y formación de consensos (incluso en la selección de candidatos y funcionarios, como hemos visto). En 1990 y 1991 Menem había anunciado en reiteradas ocasiones la creación de un nuevo "espacio partidario", una "liga de ganadores" que estaría integrada por los gobernadores, legisladores y funcionarios que acompañaban sus políticas y le acercaban el respaldo electoral necesario para sostenerlas. Con este ánimo, en las elecciones de 1991 el presidente convocó a figuras de fuera del partido peronista, como el cantante y empresario Ramón Palito Ortega, el ex corredor de fórmula 1 Carlos Reutemann, y el también empresario Jorge Escobar, a presentarse a las elecciones de gobernador en sus provincias (Tucumán, Santa Fe y San Juan respectivamente), imponiéndoselos a la dirigencia del peronismo de esos distritos. Luego de esas elecciones, y dada la mayor disposición de esta dirigencia a respaldar el programa de reformas, así como a aceptar a estos y otros *outsiders* en sus filas (motivada más que nada en el hecho de que ellos

le permitían eludir el desprestigio de los "políticos de partido" y ganar elecciones) esos anuncios rupturistas y antipartidistas del presidente fueron reemplazados por mutuas congratulaciones por la fortaleza de la "lealtad peronista". Recordemos además que a fines de 1990 Menem asumió la presidencia del partido y los sectores más fuertemente enfrentados a las políticas de reforma lo abandonaron definitivamente, sin que ello implicará una gran fuga de dirigentes, militantes, ni de votos.

Así como logra adaptarse el partido oficial, fortaleciendo su rol electoral, en la negociación de políticas públicas y el control de la administración, también lo logran, aunque con resultados desparejos, muchos sindicatos (que participan de las privatizaciones y otras medidas de reforma, véase Murillo, 1994). Incluso el Parlamento recuopera en parte sus atribuciones específicas: a la seguidilla de decretos de necesidad y urgencia con los que se instrumentaron las reformas durante los primeros años, y las amenazas de Menem de seguir el ejemplo de Fujimori cerrando el Congreso (que despertaron fuertes resistencias en su propio partido), le sigue-

ron, a partir de 1991, acuerdos más o menos permanentes entre el Ejecutivo y las bancadas de legisladores peronistas para dar cauce legislativo a las siguientes iniciativas reformistas. Consecuentemente el uso de decretos de necesidad y urgencia por parte del presidente disminuyó sensiblemente desde entonces (Ferreira Rubio y Goretti, 1996).

Un cambio equivalente se observa en la actitud del partido respecto de los grandes grupos empresarios y los equipos técnicos (encabezados desde fines de 1990 por el nuevo ministro de Economía, Domingo Cavallo) a los que, desde el inicio de su gestión, Menem había reconocido un papel estratégico en el diseño y legitimación de las políticas de reforma. La dirigencia peronista intensificó, en la etapa que se abre con la Ley de Convertibilidad formulada por Cavallo, en abril de 1991, sus lazos con estos protagonistas centrales de la gestión de go-

bierno, al mismo tiempo que ganaba espacio en el gabinete nacional⁸, estableciéndose un nuevo triángulo en el que se formaban los consensos y se tomaban las decisiones, del que tomaban parte el presidente, los empresarios y los técnicos de Economía, y el partido, que en ciertos aspectos desplazó del centro de la escena al triángulo presidente-medios-opinión pública que había sido fundamental en la primera etapa.

La incorporación en el peronismo de orientaciones y pautas de conducta adecuadas a las políticas impulsadas desde el Ejecutivo se logró, en parte, por el estado de disponibilidad en que se encontraba la dirigencia y las bases de ese partido al comienzo del período, y la consecuente maleabilidad de sus convicciones. Y en parte gracias a la distribución de premios y castigos y la generación de "negocios" de todo tipo, a los que tanto los sindicatos como los legisladores y goberna-

8 Junto al ingreso de Cavallo en Economía, y la consecuente consolidación del poder de su equipo de técnicos en el gobierno, se da un proceso de "partidización" del gabinete, por el cual una serie de personajes más o menos marginales, cercanos al presidente pero sin respaldo partidista, son reemplazados por dirigentes que reúnan dos condiciones, que habían dejado de ser contradictorias entre sí: una larga trayectoria en el peronismo y una gran lealtad hacia el presidente y su programa reformista. Los nombres más relevantes son los de Eduardo Bauza, José Luis Manzano, Guido Di Tella, Jorge Rodríguez, etc.).

dores de provincias recurrieron asiduamente: Lo más importante, sin embargo, no fue eso. Sino el hecho de que, una vez despejada la situación de excepción generada por la crisis, el partido peronista seguía controlando la mayor parte de las gobernaciones, la mayoría en el Senado ; la Cámara de Diputados, y seguía siendo un aparato político medianamente unificado y activo. Por lo cual tenía qué ofrecer al presidente en términos de recursos de gobierno, imprescindibles para sostener y profundizar el curso reformista (este punto es ampliamente discutido en Novaro, 1999).

Si una gran fluidez partidaria e institucional puede ser adecuada a la hora de un giro político abrupto, como el que se produjo en 1989 (dado que proporciona mayor libertad al líder), un umbral muy bajo de institucionalización partidaria y la carencia de recursos mínimos de control de la administración y los poderes públicos puede conspirar contra la sostenibilidad del giro y del rumbo adoptado, ya que no se garantizan medios eficaces para asegurar la instrumentación efectiva de las decisiones que se adoptan en el vértice político, ni la disposición

de resguardos institucionales (mayoría en las Cámaras; control de las gobernaciones, de los ministerios, etc.) contra las presiones de todo tipo que no tardan en surgir entre los actores sociales y políticos para obtener ventajas y evitar que los cambios los afecten. En el caso que nos ocupa, Menem contó, al menos entre 1989 y 1997, con suficiente consenso electoral propio, pero sin el partido alineado detrás suyo no podría haber transformado ese respaldo en un poder político y una capacidad de gestión perdurables en el tiempo, suficiente para implementar políticas medianamente consistentes. Si no hubiera podido disciplinar al partido detrás suyo la única alternativa que hubiera tenido para sostener sus políticas hubiera sido intentar una alteración radical e irreversible del régimen institucional (como la que inició en abril de 1992 Fujimori en Perú). Y las consecuencias de iniciar este camino, en el caso argentino, probablemente hubieran sido gravísimas e incontrolables para el propio gobierno.

En este sentido existe una diferencia central entre el cuadro institucional y partidario del Perú de Fujimori y de la Argentina de Menem.

Allí los partidos y los equilibrios institucionales no sobrevivieron a la crisis de fines de los ochenta ni a la emergencia del líder "neopopulista". Como en Venezuela, en Perú se produjo efectivamente un proceso de desorganización y desinstitucionalización o "informalización política". Fujimori pudo beneficiarse de la debilidad de los actores y reglas institucionales, agudizándola, sobre todo porque era para él mucho más difícil utilizarlas como recurso para sostener sus políticas. El estado de avanzada descomposición en que se encontraban los partidos peruanos, así como el peso decisivo que habían adquirido los militares, sugerían que el camino más fácil para "sostener el rumbo" era liquidar definitivamente a aquéllos y abrazarse a éstos. El caso argentino, al igual que el de otros países de la región, nos muestra, sin embargo, que éste no es un resultado ineluctable de la emergencia de liderazgos personalistas. En países como Argentina, Bolivia, México y Brasil, se advierte que los partidos, aun sujetos a fuertes tensiones entre la tradición y el cambio, están cumpliendo un rol activo en el sostenimiento de los gobiernos reformistas y, más en gene-

ral, en la redefinición de los vínculos entre la sociedad y el Estado (Mainwaring y Scully 1995). Ellos pueden adaptarse a la presencia de líderes "neopopulistas", e incluso a mediano plazo beneficiarse de ella. En suma, el resultado de la "personalización política" en términos de calidad institucional, competencia política y eficacia gubernamental varía sensiblemente de una situación a otra.

Algo similar podría decirse de la influencia de los medios en la vida política. En el caso argentino se observa que, a partir de 1994 y 1995, ellos, y sobre todo el periodismo independiente, comienzan a cumplir un importante rol en la activación de la oposición y la competencia interpartidaria, y en el control de los actos de gobierno, alimentando corrientes de opinión distintas de las que habían alentado en los primeros años de la década,

Aproximadamente por estos años parte de la prensa escrita, los periodistas radiales y televisivos que habían acompañado al gobierno nacional, o que al menos habían entendido como inevitables muchas de sus decisiones, comenzaron a tomar distancia tanto de aquél como

de éstas y a adoptar una tesitura más crítica, en particular en materias tales como la concentración de poder, la manipulación de la Justicia y la corrupción. Especialmente a partir de la reforma de la Constitución, concretada a mediados de 1994, que permitió la reelección del presidente, la amenaza de un poder hegemónico que no reconociera límites de ningún tipo se estaba haciendo palpable para una parte creciente de la opinión pública, y lo mismo sucedió con un sector del periodismo y los medios.

Recordemos también que fue por entonces que el gobierno nacional empezó a barajar la posibilidad de limitar la libertad de expresión para proteger a sus funcionarios de las denuncias de corrupción, a través de leyes que obligaran a los periodistas a declarar las fuentes de las denuncias que ventilaban, y de penas de cárcel para "delitos" como la injuria. El Poder Ejecutivo promovió incluso varios proyectos de ley que contenían restricciones respecto de lo que los medios podían dar a conocer referente a procesos judiciales que involucraran a funcionarios públicos, y lo que se consideraba "información clasificada" o de "in-

terés para la seguridad del Estado". La reacción de los medios no se hizo esperar. Muchos de ellos denunciaron esos proyectos ante foros internacionales y tanto las asociaciones de empresarios del sector como los gremios de periodistas iniciaron una intensa campaña pública contra lo que consideraban, con bastante razón, "amenazas a la libertad de prensa". Estos conflictos se agravaron a partir de la reiteración de actos de intimidación a periodistas que investigaban temas que podían afectar de algún modo al gobierno. Todo esto desembocó en el divorcio definitivo entre los medios y el gobierno cuando fue asesinado el fotógrafo José Luis Cabezas, en febrero de 1997, en circunstancias que llevaron a buena parte del periodismo a involucrar en el hecho, en forma más o menos explícita y directa, a ciertos sectores del oficialismo.

Otra de las razones de esta nueva actitud de los medios fue la conclusión del clima de emergencia que se había generado con la hiperinflación y que se prolongó hasta mediados poco después de la reelección de Menem, a mediados de 1995, y con él, el cierre también del ciclo de las reformas de mercado y

la emergencia de una nueva agenda política. Al público, y también a sectores importantes del empresariado, los desvelaba ahora cada vez menos el índice de precios y más los índices de desempleo, de criminalidad, las denuncias de corrupción, las carencias en educación y salud pública, la ineficacia e ineficiencia de las instituciones. Y, obviamente, Menem no era percibido como un líder adecuado para resolver estos problemas, que había ayudado a agravar. Fue natural, entonces, que muchos medios y periodistas, siguiendo esta tendencia en la opinión pública y en los intereses del *establishment*, entraran en sintonía con las figuras políticas que venían ofreciendo un discurso político opositor en clave progresista y republicana asentado en estas cuestiones.

Precisamente, la fuerza emergente de oposición al menemismo en esos años, la coalición de centroizquierda denominada Frente del País Solidario (Frepaso), desarrolló una muy exitosa estrategia con este perfil a partir de 1994. A pesar de contar con escasos recursos organizativos y financieros, obtuvo sorprendentes resultados electorales en

las elecciones a convencionales constituyentes de abril de ese año y en los años posteriores. En los comicios presidenciales de 1995 el Frepaso reunió el 30% de los votos a nivel nacional, desplazando a la Unión Cívica Radical al tercer puesto (con sólo 16%). Dos años después, poco antes de que se realizaran las elecciones de renovación parlamentaria, formó la Alianza por el Trabajo, la Educación y la Justicia con la UCR, que derrotó al peronismo (la Alianza obtuvo 46% de los sufragios, frente a 36% del oficialismo), interrumpiendo diez años de predominio de esa fuerza.

El Frepaso se caracteriza por contar con dos líderes marcadamente personalistas (los diputados Carlos "Chacho" Álvarez y Graciela Fernández Meijide) y por hacer un uso muy intenso de los medios de comunicación en su estrategia política. Uso que, a diferencia del practicado por Menem, se asienta en la argumentación y el debate mucho más que en "hechos consumados". La relación del Frepaso con los medios, basada sobre todo en una disposición muy favorable del periodismo hacia esos líderes y sus posiciones, y en un manejo muy flexible

y ágil del "timing" y la enunciación mediática en sus iniciativas políticas, es tan intensa que los voceros del gobierno acostumbran a referirse a esa fuerza como "el partido de los medios", y Menem ha sostenido repetidamente que se trata de una "creación de los periodistas".

Este fenómeno nos permite hacer una última puntualización sobre la relación entre los medios y la vida política. La "mediatización" siempre presupone una relación diádica de comunicación entre actores políticos de un lado, y espectadores del otro, que es "mediada" valga la redundancia, por los medios. Pero esta estructura diádica dice poco respecto del carácter pasivo o activo del público, de su mayor o menor capacidad de juzgar las acciones de los actores, de la disposición o no de recursos para hacerlo y para influir en alguna medida en el curso de la vida política. Para apreciar y calificar estas cuestiones es necesario tomar en cuenta algo más: primero, el contexto más general de las prácticas y los funcionamiento institucionales en que se da la comunicación, y segundo, las distintas estrategias de interpelación que desarrollan los actores políti-

cos. A lo primero ya nos hemos referido con bastante detalle. Digamos algo ahora sobre la segunda cuestión.

Tal como señala Habermas, el populismo puede caracterizarse, entre otras cosas, por su rechazo sistemático al ejercicio público de la razón, asociado a una actitud esencialmente anti-intelectual y anti-deliberativa. El líder es el único mediador entre los conocimientos técnicos y las decisiones de gobierno, entre los intereses particulares y el interés general (Habermas; 1997). Es por ello que habitualmente el populismo (y lo mismo cabe decir de su actual variante, el "neopopulismo") plantea alternativas dicotómicas simplistas, maniqueas y las justifica en la autoproclamación como expresión auténtica de fuerzas y virtudes regenerativas del pueblo que trascienden e incluso se contraponen a toda forma institucional. El liderazgo menemista, en particular su estrategia mediática, son un buen ejemplo de ello. Como vimos recién, el estilo de Menem promovió la "despolitización" de los conflictos que se enfrentaban y de las decisiones planteadas para resolverlos, estimuló una actitud pasiva en el

público y propendió a desactivar el juicio del electorado.

En contraste, encontramos que la oposición de centroizquierda encarnada por el Frepaso se propuso, y en cierta medida logró, desarrollar una relación más activa con la opinión pública, basada en el uso "deliberativo" de los medios. Y al hacerlo, promovió una cierta "repolitización" de la vida pública. Su estrategia de intervención mediática estuvo en las antípodas de los "hechos consumados" y de la propaganda (carecía de medios para intentar cualquiera de las dos). Consistió, básicamente, en la exposición argumentativa de información y juicios críticos sobre los actos del gobierno, utilizando programas televisivos de todos los géneros (noticieros, *talk shows*, programas culturales, etc.), como un espacio de deliberación pública. Los principales líderes de esta corriente, además, expusieron una crítica radical al formato populista y antiintelectual que había impuesto el oficialismo y promovieron una visión republicana de los problemas institucionales como marco general de sus planteamientos.

A pesar de que inicialmente sólo los sectores medios "ilustrados" y

el electorado progresista fueron atraídos por este discurso y ganados para la estrategia de la oposición, poco a poco otros sectores de la audiencia y otras fracciones del electorado comenzaron a prestarle atención. Esta tendencia se confirmó en las elecciones legislativas de octubre de 1997, cuando muchos votantes de sectores populares, tradicionalmente cautivos del peronismo, dejaron de apoyarlo y le dieron la victoria a la Alianza. Ello fue particularmente significativo en los municipios que conforman el Gran Buenos Aires, donde la coalición entre el Frepaso y la UCR logró una marcada diferencia a su favor revirtiendo las tendencias hasta entonces favorables al peronismo en los sectores bajos y medio-bajos que allí se concentran.

Quien encabezaba la lista de candidatos aliancistas en ese distrito, la frepasista Graciela Fernández Meijide, realizó una campaña publicitaria no sólo más modesta que la peronista, sino mucho más efectiva, y ello se debió a que supo maximizar el impacto de sus intervenciones en los medios, aprovechar la disposición favorable entre los periodistas y transformar el proceso

electoral en la oportunidad para evaluar y juzgar la gestión de gobierno en los aspectos que era más deficitaria.

Desde entonces la Alianza se ha mantenido al tope de las preferencias de los ciudadanos. Y acaba de triunfar por un amplio margen en las elecciones presidenciales, desplazando al peronismo del poder por la vía democrática por primera vez en su historia. Ciertamente sería excesivo decir que lo ha logrado gracias a los medios, pero lo cierto es que se basó en una corriente de apoyo de la opinión pública que se identifica bastante poco con los partidos y que se guía para formar sus preferencias, sobre todo, por lo que dicen y hacen los candidatos a través de los medios.

Estos, así como a principios de los noventa habían colaborado a la concentración de poder y el ejecutivismo, en los últimos años parecen estar alentando el reequilibrio del poder y el fortalecimiento institucional. Pero ni antes ni ahora cabe realmente atribuir ese rol a un mérito propio, sino a la política y los políticos. Nuevamente, como dijimos al referirnos al "exitoso" desempeño del liderazgo de Menem entre 1989 y 1995, podemos decir que los re-

cientes logros de la oposición, lejos de explicarse por una virtud o un demérito particular de los medios de comunicación, se explican fundamentalmente por intervenciones de actores políticos y procesos institucionales que encuentran en los medios, como mucho, un instrumento y un terreno para desarrollarse.

Bibliografía

Aurelio, Julio

1986 "Procesos electorales y representación política en Argentina", en Nohlen, D.(comp.), *Sistemas electorales y representación política en Latinoamérica*, Fundación Friedrich Ebert - ICI, Madrid.

Calderón, Fernando & Mario Dos Santos

1993 "Representación y gestión política en la crisis. Diferentes apuntes", en *¿Qué queda de la representación política?*, Nueva Sociedad, Buenos Aires.

Catterberg, Edgardo

1989 "La consolidación de la democracia en la Argentina y el sistema de partidos políticos 1983/1989", mimeo, Buenos Aires.

Cavalli, Luciano et al

1987 *Leadership e democrazia*, CEDAM, Padova.

Cavarozzi, Marcelo

1991 "Más allá de las transiciones a la democracia en América Latina"; *Revista de Estudios Políticos*, nº 74, Madrid.

Cavarozzi, Marcelo & Grossi, María

1989 "De la reinención democrática al reflujo político y la hiperinfla-

- ción (La Argentina de Alfonsín)"; mimeo, Buenos Aires.
- Cheresky, Isidoro
1991 *Creencias políticas, partidos y elecciones*, Cuadernos del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), Buenos Aires.
- Cheresky, Isidoro
1993 "Derechos humanos y régimen político. Una genealogía de la idea democrática moderna", en *Sociedad*, nº 2, Mayo, Buenos Aires.
- De la Torre, Carlos
1997 "The Mass Media and 'New' Political Leaderships", mimeo.
- De Riz, L.
1993 "Los partidos políticos y el gobierno de la crisis en Argentina", en *Sociedad*, nº 2, Mayo, Buenos Aires.
- Ducatenzeiler, Graciela, y Oxhorn, Philippe
1994 "Democracia, autoritarismo y el problema de la gobernabilidad en América Latina", en *Desarrollo Económico*, vol. 34, nº 133, abril-junio, pp. 31-52, Buenos Aires.
- Ferreira Rubio, Delia & Matteo Goretti
1996) "Cuando el presidente gobierna solo. Menem y los decretos de necesidad y urgencia hasta la reforma constitucional (julio 1989 - agosto 1994)", en *Desarrollo Económico*, vol. 36, nº 141, Abril-Junio, Buenos Aires.
- Gibson, Edward
1995 "Conservative Party Politics in Latin America: Patterns of Electoral Mobilization in the 1980s and 1990s", paper presentado al Seminario sobre desarrollo institucional y crisis de la representación política, ISEN, Julio 1995, Buenos Aires.
- Grimson, Alejandro y Amparo Rocha
1994 "Algunas tendencias del discurso político en la televisión", en Carlos Mangone & Jorge Warley, *El discurso político, del foro a la televisión*, Biblos, Buenos Aires.
- Grossi, María & Gritti, Roberto
1989 "Los partidos frente a una democracia difícil: La evolución del sistema partidario en la Argentina"; en: *Crítica & Utopía*, nº 18, Invierno 1989, Buenos Aires.
- Habermas, Jürgen
1997 "Quando la massa diventa pubblico", en *Reset*, Roma, Febrero 1997.
- Haggard, Stephan, y Kaufman, Robert R.
1992 "Economic crisis and executive authority: dilemmas of governability and institutional consolidation in new Latin American democracies"; mimeo.
- Hilb, Claudia
1994 "Promesa y política. Promesas traicionadas y transición democrática"; mimeo, Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- Levitsky, Steven
1997 "Crisis, Party Adaptation, and Regime Stability in Argentina: The Case of Peronism, 1989-1995", paper presentado al Congreso de la Latin American Studies Association, Guadalajara, México, Abril 1997.
- Mainwaring, Scott & Timothy Scully
1995 "Introduction: Party Systems in Latin America", en *Building De-*

- mocratic Institutions*, Stanford University Press.
- Manin, Bernard
1995 *Principes du gouvernement représentatif*, Calman-Levy, París.
- McGuire, James W.
1995 "Political Parties and Democracy in Argentina", en *Building Democratic Institutions*, Stanford University Press.
- Mora y Araujo, Manuel, y Noguera, Felipe
1986 La reducción del estado en la opinión pública; SOCMERC, Buenos Aires.
- Mora y Araujo, Manuel
1990 "El cuadro político y electoral argentino"; mimeo, Buenos Aires.
- Murillo, Victoria
1994 "Union Responses to Economic Reform in Argentina: organizational autonomy and the marketization of corporatism", paper presentado al Annual Meeting de la American Political Science Association.
- Mustapic, Ana María
1996 "El Partido Justicialista. Perspectiva histórica sobre el desarrollo del partido. La estructura del partido"; mimeo, Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires.
- Noacco, Silvana
1992 "Análisis de opinión pública", Instituto de Investigaciones Sociales Aplicadas; mimeo, Buenos Aires.
- Novaro, Marcos
1994 *Pilotos de tormentas. Crisis de representación y personalización de la política en Argentina (1989-1993)*; Ediciones Letra Buena, Buenos Aires.
- Novaro, Marcos
1996 "Los populismos latinoamericanos transfigurados", en *Nueva Sociedad*, nº 144, Julio-Septiembre, Caracas.
- Novaro, Marcos
1999 "Crisis y renovación de los partidos. Una perspectiva comparada sobre los años del menemismo", en Marcos Novaro (comp.), *Entre el abismo y la ilusión. Peronismo, democracia y mercado*, Norma, Buenos Aires.
- Novaro, Marcos y Vicente Palermo
1997 "Luces y sombras de la democracia argentina", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, nº 3, Julio-Septiembre, México.
- O'Donnell, Guillermo
1992 "¿Democracia delegativa?"; en *Cuadernos del CLAEH*, nº 61, Montevideo.
- Palermo, Vicente & Marcos Novaro
1996 *Política y poder en el gobierno de Menem*, FLACSO-Norma, Buenos Aires.
- Panebianco, Angelo
1990 *Modelos de partido. Organización y poder en los partidos políticos*, Alianza, Madrid.
- Paramio, Ludolfo
1993 "Consolidación democrática, desafección política y neoliberalismo", en *Cuadernos del CLAEH*, nº 68, Montevideo.
- Paramio, Ludolfo
1997 "La sociedad desconfiada (Incertidumbre social e ideología neoliberal del mercado puro)"; en *Cuadernos de Marcha*, Febrero de 1997, Montevideo.

- Pasquino, Gianfranco
1992 *La nuova politica*, Laterza, Bari.
- Quevedo, Luis Alberto
1992 "La política bajo el formato televisivo" en Schmucler, Héctor & María C. Mata (comps.) *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Buenos Aires.
- Roberts, Kenneth
1995 "Neoliberalism and the Transformation of the Populism in Latin America: the Peruvian Case", en *World Politics*, vol. 48, nº 1, Octubre.
- Sarlo, Beatriz
1992 "Estética y política: la escena massmediática", en Schmucler, Héctor & María C. Mata (comps.) *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Buenos Aires.
- Sartori, Giovanni
1989 "Videopolítica", en *Rivista Italiana di Scienza Politica*, anno XIX, nº 2, Agosto 1989.
- Schvarzer, Jorge
1990 "Estructura y comportamiento de las grandes corporaciones empresarias argentinas (1955-1983). Un estudio 'desde adentro' para explorar su relación con el sistema político"; mimeo, CISEA, Buenos Aires.
- Torre, Juan Carlos
1990 "El gobierno de la emergencia en la transición democrática: de Alfonsín a Menem"; mimeo, Instituto T. Di Tella, Buenos Aires.
- Touraine, Alain
1992 "Comunicación política y crisis de la representatividad" en Ferry J.M., D. Wolton, et al, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Buenos Aires.
- Waisbord, Silvio
1995 *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en Argentina*, Sudamericana, Buenos Aires.
- Weyland, Kurt
1996 "Neopopulism and Neoliberalism in Latin America. Unexpected Affinities", en *Studies in Comparative International Development*, Otoño 1996, vol. 31, nº 3.
- Zermeño, Sergio
1989 "El regreso del líder: crisis, neoliberalismo y desorden", en *Revista Mexicana de Sociología*, nº 51.
- Zuleta-Puceiro, Enrique
1990 "Economic Culture and Political Attitudes under Hyperinflationary Conditions: An introduction", mimeo, Buenos Aires.