

FUJIMORI,
NEOPOPULISMO Y
COMUNICACIÓN POLÍTICA

Romeo Grompone

DOCUMENTO DE TRABAJO N° 93

Serie: Sociología y Política 14

Esta publicación forma parte de la investigación “Nuevos mediadores y sociedad civil”, auspiciada por la Fundación Ford.

© IEP

Horacio Urteaga 694, Lima 11

☎ 432-3070 / 424-4856

Fax (51 1) 432-4981

ISSN 1022-0356 (Documento de Trabajo IEP)

ISSN 1022-0429 (Serie Sociología y Política)

Impreso en el Perú

Junio de 1998

Hecho el depósito legal: 98-1689.

GROMPONE, Romeo

Fujimori, neopopulismo y comunicación política.--- Lima: IEP, 1998.
(Documento de Trabajo, 93. Serie Sociología y Política, 14)

/POLÍTICA GUBERNAMENTAL/FUJIMORI, ALBERTO/PERÚ/

WD/05.01.01/SP/14

CONTENIDO

1.	LA IMAGEN DE UN NUEVO ORDEN Y LA CULTURA POLÍTICA DESEADA	5
2.	LOS ESCENARIOS DESPUÉS DEL AJUSTE	8
3.	POLÍTICAS SOCIALES Y POPULISMO	11
4.	LA PERSONALIZACIÓN DEL PODER	16
5.	MEDIOS Y POLÍTICA	17
6.	LA UBICUIDAD DE FUJIMORI Y LA FIJACIÓN DE LA AGENDA	20
7.	LOS CAMBIOS RECIENTES: ORDEN, PREVISIBILIDAD Y LÍMITES	26
8.	NUEVOS ROSTROS EN LA POLÍTICA	34
9.	OBSERVACIONES FINALES	36
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

Fujimori ha pretendido establecer un nuevo orden económico, social y cultural y un nuevo estilo de comunicación política. Por un lado, ha procurado que los ciudadanos siguieran las reglas e internalizaran los valores de una economía de mercado, al mismo tiempo que se decía atender también a criterios de redistribución. El éxito de esta prédica llega a su punto de apogeo en las elecciones de 1995, y empieza a tener dificultades cuando se pasa del consenso negativo que inspiran las políticas de ajuste —lo que se tiene que evitar del pasado— a un consenso positivo que requiere dialogar y contemplar a diversos intereses y prioridades, cuando se trata de promover reformas estructurales de largo lazo.

Por otro lado, Fujimori parece establecer una relación con los ciudadanos en que combina su vínculo personal especialmente con los sectores populares y su imagen en los medios de conductor seguro de los destinos del país. El vínculo personal se sustenta en políticas sociales focalizadas en las que interviene personalmente inaugurando obras y prestando ayuda en la comunidad, modo de actuar en el que algunos autores han encontrado rasgos de un estilo populista. Los medios daban cuenta de su accionar y encontraban a un líder que parecía tener el don de la ubicuidad estableciendo sin dificultades los términos de la agenda política, ante el desconcierto de sus adversarios. Este período ha durado entre 1992 y 1996. En el año 1997 se asiste a un nuevo escenario en que el presidente cuenta todavía con un sustantivo apoyo pero en la sociedad están cambiando los criterios de orden y previsibilidad, se tiene una idea de los límites acerca de lo que le está permitido hacer al gobierno, los medios están obligados a cambiar y surgen líderes que asumen nuevos estilos de hacer política, ante la decadencia de los partidos.

5

Sin embargo Fujimori utilizando el aparato del Estado dispone de amplios márgenes de libertad para recobrar protagonismo. Estos procesos son los que queremos describir en el presente artículo.

1. LA IMAGEN DE UN NUEVO ORDEN Y LA CULTURA POLÍTICA DESEADA

En las elecciones presidenciales de 1995 podía Fujimori proyectar la imagen de fundador de una nueva república, promotor de una economía de

mercado que convertía al Perú en un agresivo país competitivo que ingresaba a la modernidad y ofrecer además su intervención personal como garantía que los inevitables cambios a producirse no iban a afectar a los más pobres. Fujimori quiso presentarse a la vez como gerente y protector combinando la gestión sustentada en los grandes lineamientos con la atención a los pequeños problemas, pasando con soltura de un escenario a otro, los foros internacionales con las visitas a centros poblados y zonas rurales que se debatían en la extrema pobreza. El arte de comunicar debía de ser capaz de proyectar al mismo tiempo la idea de una lucha sin cuartel en estos dos frentes, ambos cubiertos sin fisuras.

En teoría, la lógica de la asignación impersonal de recursos por una implacable racionalidad instrumental de mercado y los criterios que se quisieron presentar como redistributivos antes que de simple compensación ya que decía atender a postergaciones seculares, tienden a desengancharse unos del otro. El arte de Fujimori ha sido conciliar estas tendencias encontradas combinando para ello un certero manejo de la situación política para lo cual requería como presupuesto el manejo centralizado del poder y el uso controlado de la información limitando el acceso a ella sólo en coyunturas que considera favorables.

6

La cultura política en tiempos de neoliberalismo requiere que las relaciones jurídicas jerárquicas e informales plasmada en prestaciones difusas —campo de prebendas y clientelas— sean sustituidas por la lógica del contrato entendido en términos de derecho privado invadiendo y desplazando la dimensión estrictamente política. El logro de este objetivo supone acuerdos múltiples y de corto plazo que le quiten peso a las expectativas en relación al estado, sin deslegitimar al gobierno. La idea de un único criterio inexorable para ordenar economía y sociedad y la tecnoburocratización de las decisiones tiende, como señala García Canclini, a que las personas se les convoque en tanto consumidores privados de bienes y como espectadores en los medios masivos antes que encarando sus situaciones a partir de las reglas de la democracia o la participación colectiva en espacios públicos. Estos bienes y mensajes llegan a nuestra vida privada y los usamos como nos parece. La cultura política del neoliberalismo exige del estado seguridades mínimas (jurídicas, monetarias, policiales) y hasta allí quiere que se limite su intervención. (Njaim 1996; García Canclini 1996a; Novaro 1997).

El fomento de las búsquedas individuales deberían desacreditar los proyectos colectivos y debilitar hasta que desaparezcan lazos de pertenencia y lealtades políticas y sociales estables, tendiendo un manto de crítica a las políticas de asistencia, estimulando la competencia, cuestionando la solidaridad como idea poco realista o incluso distorsionadora, tributo indebido a un orden pasado que fracasó. La generalización de un mismo tipo de preocupaciones en el conjunto de la sociedad civil llevaría a construir una opi-

nión pública nacional relativamente uniforme, donde, desplazadas definitivamente las pugnas ideológicas, dejen también de tener peso las brechas sociales en términos de clase, etnia, género y procedencia regional en tanto campo para elaborar juicios diversos sobre la situación existente.

Esta mentalidad no se ha impuesto, aun cuando se encuentren atisbos de cambios en actitudes y comportamientos que apuntan en esta dirección. Los neoliberales ortodoxos a ultranza reclaman porque se imponga esta lógica de una vez por todas. Fujimori navegando entre presiones políticas donde soplan vientos en distinta dirección tiene que persuadir que marcha imperturbable en la imposición de una economía de mercado pero al mismo tiempo comprende que su gestión se encuentra sujeta a una evaluación difusa y sostenida acerca del cumplimiento de sus demandas entre los sectores de menores ingresos. Para la resolución de problemas de gobernabilidad y control social debe neutralizar a sectores que pueden ser antagonistas potenciales, sopesando el efecto de sus decisiones, medida por medida ante quienes todavía son sus aliados. Fujimori se encuentra compelido a realizar una campaña permanente no sólo pensando en su futura reelección sino en la mantención de apoyos consistentes a su gestión que hagan poco realista otra alternativa. El perfilamiento de otra candidatura, la de Alberto Andrade y un cuadro relativamente abierto para el surgimiento de otros competidores quiebra este proyecto y lo obliga a dinamizar una política de vinculación activa con los grupos más pobres de las ciudades y el campo, de la capital y de las provincias para formar clientelas estables.

7

En suma, se ha producido el desencanche temido entre los cambios que se buscaban para afianzar una cultura política adecuada desde una perspectiva neoliberal y las expectativas de atención a los grupos más pobres. Un grupo le puede atribuir falta de adhesión al compromiso de establecimiento de un nuevo orden, otra insuficiencia en las políticas sociales. Lo que parecía definitivamente soldado son partes que tienden a funcionar por separado, impulsado por fuerzas que no tienen como encontrarse.

Las expectativas que se quieren alcanzar sobre la base de una orientación neoliberal radica en hacer verosímil para los ciudadanos que las perspectivas de progreso y bienestar dependen exclusivamente de los esfuerzos del mercado. En una primera etapa requiere la personalización del poder como eje articulador. La profundización de las reformas en esta dirección exige, en cambio, la separación de la economía y la política lo que supone introducción de criterios de eficacia no expuestos a los avatares de un liderazgo. Fujimori puede encontrarse desde esta aproximación en la situación paradójica de ser promotor y freno de un proceso de cambios al evitar, por una presencia que ahora puede percibirse como invasora, la consolidación institucional de los mismos. Y sin embargo, el presidente tiene que seguir dando señales a los grupos más pobres y menos organizados de la sociedad. Los mensa-

jes tienden así a volverse más confusos, se pierden las seguridades de qué decir, ante quienes y cuáles personas van a pedir cuentas por lo expresado, se pugna en el discurso por disociar lo social de lo económico mientras la atención de los sectores más desfavorecidos que podrían apoyar el proyecto procuran con creciente claridad que ambos planos confluyan ¿cómo plantear una agenda? ¿cuáles son los grados de flexibilidad tolerables? ¿es posible dirigirse a distintos públicos con ofertas que puedan compatibilizarse entre sí? ¿quienes expresarán primero su malestar, los neoliberales a ultranza o los grupos asistidos, los primeros con mensajes explícitos, los segundos con un distanciamiento respecto al gobierno más o menos acelerado?

2. LOS ESCENARIOS DESPUÉS DEL AJUSTE

Asociado con este proceso que alude a valores, prioridades y expectativas se asocia, sin que tenga una relación lineal de causa y efecto el pasaje de la primera a la segunda etapa de reformas emprendidas en el Perú como en otros gobiernos de América Latina.

En una política de emergencia se recurre a los servicios de un grupo de técnicos aislados de la sociedad, aparentemente imbuidos de una racionalidad instrumental orientada a la eficacia siguiendo los lineamientos por los que presionan los organismos internacionales de crédito. El proceso estabiliza la economía, promueve en una primera etapa tasas considerables de crecimiento y un posterior estancamiento. Una segunda etapa requeriría políticas de negociación que genere certidumbres y restablezca las relaciones entre estado y sociedad para emprender una activa reforma institucional, mucho más compleja que la sola realización de una política de privatizaciones (Tanaka 1996).

Se trata, en suma, de aplicar un proyecto que como señala Naim es difícil de decidir y fácil de ejecutar en una primera etapa porque los drásticos cortes presupuestales, las reformas impositivas, la liberalización del comercio y de la inversión extranjera y la desregulación del sector privado son decisiones tomadas por el ejecutivo en acuerdo con los organismos internacionales de crédito y la gestión queda a cargo de una élite tecnocrática deliberadamente aislada (Naim 1994).

La mayoría de la población acepta un “consenso de terminación” de un modelo centrado en el estado y sustentado en las mediaciones políticas tradicionales cuando lo vinculan a un contexto de hiperinflación y de violencia política. Sin embargo, no supone como se pensaba en algunas interpretaciones el pasaje definitivo a una ideología neoliberal asumida por el conjunto de la población, dispuesta a afrontar por consiguiente todas sus consecuencias. Como señalan Palermo y Torre, la aceptación de un cambio de

rumbo no está motivada por la confianza en un futuro más próspero sino ante la urgencia de huir de un presente insoportable. La reforma económica no es vista como un pasaje obligado de una transición exitosa en que se avizora un fin deseado a mediano plazo sino simplemente se la estima como el acceso a una situación algo mejor cuando no aparece otra alternativa que se puede considerar con realismo viable (Palermo y Torre citado por Navarro 1995).

La segunda generación de reformas exige para mantener el precario equilibrio económico preocuparse por impulsar una reforma institucional del estado como garantía de funcionamiento del propio mercado y evitar una situación social que puede ser explosiva pasada la primera etapa del ajuste estructural. Las metas se orientan al mejoramiento de las condiciones sociales, el incremento de la competitividad internacional y el mantenimiento de la estabilidad económica y supone reformas en el mercado, el trabajo, el servicio social, la educación, el poder judicial y mejoras en la capacidad de captación de impuestos. Estas medidas exigen una institucionalización del poder del estado ya que la estabilidad de las normas se opone al predominio de las decisiones excluyentes e inconsultas del presidente y del manejo presuntamente aséptico por parte de las élites tecnocráticas. En esta etapa comienza a hacerse sentir las reivindicaciones y demandas de las instituciones de la sociedad civil, a pesar que su debilidad anterior fue una de las condiciones requeridas para el inicio de las reformas. Se empieza a sentir la llamada fatiga del ajuste (Cotler 1996).

9

Como señala Nelson los costos iniciales de la estabilización puede considerarse temporarios o se espera que al menos los ciudadanos lo asuman como tales. La etapa posterior de reformas no sólo tienden a ser más complejas desde del punto de vista administrativo sino que además se abre a un rango más amplio de opciones técnicas lo que incentiva a un debate más intenso y obliga o debiera obligar a buscar un estilo más consultivo (Nelson 1994).

El consenso negativo —lo que se tiene que superar y lo inevitable por hacer— debiera sustituirse por un consenso positivo que tiene que ver con las opciones disponibles para el mediano y largo plazo, situación que crea espacios para controversias y las dudas razonables sobre quienes serán los ganadores y perdedores. No puede avizorarse con claridad el tipo de sociedad que se quiere o se perciben los rasgos amenazantes que ya ella parece presentar.

Los grupos empresariales que apoyaron en conjunto la primera etapa comienzan a expresar sus disidencias. El sector financiero y de seguros y los sectores mineros y pesqueros prestan su apoyo al gobierno (se retorna en los hechos a un modelo primario exportador) mientras que empresarios vincula-

dos al mercado nacional o la exportación expresan sus discrepancias respecto a las altas tasas de interés, el empobrecimiento de la población que reduce las posibilidades de hacer negocios rentables y las prácticas de “dumping” promovidas por compañías extranjeras. Los sindicatos si bien disminuidas sus fuerzas hacen sentir sus protestas ante la flexibilización del mercado de trabajo, los bajos salarios y el desempleo. Las clases medias vinculadas al empleo público y privado que permanecieron en silencio cuando asistieron a las primeras medidas que les reducía sus ingresos y con frecuencia las despojaba de su cargo comienzan a expresar su resistencia o impugnación al orden impuesto, manifestaciones en ocasiones desesperadas porque ya se perdieron las bases desde las cuales pensar o imaginar puntos de retorno.

A otro nivel se produce un enfrentamiento entre la política centralista del gobierno y las aspiraciones de las autoridades municipales por manejar sus propios presupuestos unida a la reivindicación de que se las provea de recursos suficientes para cumplir su gestión y que se atiendan demandas largamente reclamadas por regiones o provincias. Surge la oportunidad para movimientos cívicos locales o regionales con una convocatoria social extendida y plural. Mientras el presente régimen trata de afirmarse para el largo plazo —aprobandando por ejemplo en el congreso la ley inconstitucional que permite una segunda reelección— llega el momento para que la oposición pueda desarrollar alternativas explícitas, con mayor claridad e invocaciones mejor comprendidas por la ciudadanía. Los temas de la lucha contra la inflación y la derrota del terrorismo son una carta de crédito cuya vigencia no puede prolongarse por tiempo indefinido. Los reconocimientos pasados tienen mayores dificultades para enlazarse con proyectos futuros.

El presidente tiene que seguir insistiendo en las políticas sociales focalizadas para mantener adhesiones o renovar vínculos perdidos y desde esta plataforma transitar espacios de comunicación que vayan desde la relación interpersonal a los medios masivos. Tendrá que manejar palabras oportunas, mantenerse en silencio para desprenderse de hechos que no le conviene encarar directamente, saber emplear los gestos que ratifiquen apoyos o que tomen por sorpresa a sus adversarios. Para entender este proceso tendrá que evaluarse el impacto de las medidas dirigidas a los grupos de menores ingresos, el tipo de vínculos creados a partir de ellas que algunos interpretan como neopopulismo y el estilo de articulación con los medios masivos.

A Fujimori todavía le espera un largo camino en el que debe estar sensible a identificar cambios y continuidades entre lo logrado y lo que puede esperar; entre lo librado a la intuición y lo premeditado con un razonamiento preciso; la oscilación de lo imprevisto y lo impuesto por las técnicas del mercadeo; los llamados a la aventura de las transformaciones y la apelación a los reflejos conservadores de los ciudadanos, en fin, todo lo que compone su estilo de intervención política y de la transmisión de ideas o de símbolos.

Habrá que comenzar entonces por los lineamientos de su política social, primero describiéndola someramente, después identificando los propósitos que lo guiaban y los logros y los bloqueos encontrados.

3. POLÍTICAS SOCIALES Y POPULISMO

En los últimos años ha aumentado significativamente el gasto social del gobierno y los porcentajes de pobreza y de pobreza extrema se han reducido en términos relativos aunque aumenta en números absolutos. Ha crecido la esperanza de vida aunque con un marcado contraste entre Lima y las provincias más pobres del Perú si bien los índices de calidad de vida sigue siendo uno de los más bajos de la región. Este incremento del gasto no ha llegado a los sectores de educación y salud y al Fondo de Compensación Municipal y se ha concentrado en el Ministerio de la Presidencia que junto con el Ministerio de Economía y Finanzas concentran el 52% del presupuesto nacional. En las tareas de la educación y de salud existen división de trabajo o superposición de competencias. El sector salud es responsable de ejecutar el 50,5% del gasto, el de educación el 41,2%, el resto corre por cuenta principalmente del Ministerio de la Presidencia. Un conjunto de entidades que dependen del ejecutivo concentran también recursos que en teoría debieran ser asignados a los municipios, considerando las responsabilidades que se le asignan (Pedraglio y Adrianzén 1997).

11

Estos Fondos de Inversión Social, como está ocurriendo en la mayoría de la región concebidos inicialmente como de temporalidad definida están pasando a ser los instrumentos principales de políticas sociales de mediano plazo. Salvo excepciones como la del FONCODES en cuyas obras de construcción e infraestructura se contratan a trabajadores a plazo definido de la zona, estos fondos no tienen mayor incidencia en los niveles de empleo. La fundamentación técnica surge de la elaboración de mapas de pobreza que permiten focalizar el gasto al mismo tiempo que su tendencia a desperdiciarse en una multiplicidad de pequeños proyectos le otorga una considerable visibilidad social. Los criterios ejecutivistas con los que se decide hace que la intervención de la sociedad civil, a la que a menudo se invoca, resulta limitada en el tiempo e inexistente en la toma de decisiones lo que produce la transformación de los ciudadanos en sujetos “privados” frente a la escuela, el hospital y otras formas de protección social (Ballón 1997).

Sin embargo, puede entenderse que esta atención presunta a los grupos más pobres y la ubicuidad del presidente inaugurando obras en lugares apartados, motiva adhesiones que surgen de un contacto directo o al menos la imagen de una cercanía entre Fujimori y el poblador y campesino secularmente marginado, postergado, no tomado en cuenta.

Alguien por fin se acuerda de ellos aunque el diálogo parece discurrir a la vez en dos planos, el del necesitado al que se le presta asistencia, el olvidado al que se conoce o se reconoce. El primer tipo de relación —la del necesitado— se ordena o en la ayuda precisa al que es débil por su multiplicidad de carencias; en el segundo caso —el reconocimiento— involucra una dimensión más personal e integradora ¿Dónde termina la evaluación pragmática de estos sectores populares y entra en juego la autoestima y la construcción de identidades? ¿Hasta qué punto se confunden o se disciernen ambos niveles?

En la resolución de este dilema se juega para Fujimori la adhesión circunstancial que puede concitar o los compromisos más estables. El primer escenario —la simple asistencia— es de extrema volatilidad, en el segundo —el reconocimiento— se trata de avances con pasos seguros para consolidar la idea de permanencia en el poder. Pareciera que el presidente se inclina a pensar en la precariedad del apoyo con el que cuenta —la adhesión va a durar tanto como la ayuda o la expectativa de la ayuda— unida a la percepción realista que la utilización del aparato y los recursos del gobierno lo convierte en el interlocutor que puede ser el dueño exclusivo de la escena. El largo plazo no es pensado desde una alianza ya establecida con los sectores populares sino de la superposición de coyunturas, momentos de intervención puntual que van adquiriendo continuidad por su acumulación sucesiva.

Quizás esta estrategia se complementa con una reactivación pronunciada del gasto social en 1998 y 1999 tal como lo hiciera en la coyuntura pre-electoral de 1994 y 1995. Sin embargo, los requisitos y la coherencia del modelo impide que se produzca un cambio de orientación sustantiva. El presidente tiene que estar obligado desde ya a una movilización permanente proyectando la idea que quisiera estar en todas partes a la vez y que hace lo que está a su alcance para llegar con su mensaje y su ayuda a la población más necesitada. Las imágenes de los informativos transmiten esta idea fuerza haciendo que confluyan la comunicación personal con la reproducción mediática que extiende esta idea de un comportamiento preocupado y alerta. Se busca que el receptor desplace la idea de la desatención gubernamental por un sentimiento de espera de quién ha de venir a recoger demandas y prestar ayuda.

¿Puede pensarse, como lo hacen algunos autores, que estamos asistiendo al resurgimiento de un estilo populista dentro de una orientación neoliberal? En el caso de Fujimori parece existir como en el caso de los populismos el sueño de transparencia de una democracia directa que se plasma a través del idealizado encuentro cara a cara entre el líder y el pueblo. La relación se establece desde un discurso desde el poder recurriendo a un preconizado antielitismo cuyo blanco es con exclusividad los políticos tradiciona-

les. Indica una ruptura y una redención ante el viejo orden y una nueva etapa que modifica todos los parámetros de la historia del país.

Según Weyland las políticas de ajuste neoliberal no eliminan en una etapa más avanzada medidas distribucionistas y apelaciones con capacidad de convocatoria dentro de los sectores populares. Neoliberales y neopopulistas aspiran a dirigirse a una población desorganizada que toma distancia respecto a los grupos institucionales de la clase política. Se amplía la acción del estado desde el vértice del poder para efectuar profundas reformas económicas y sociales fortaleciendo el liderazgo personal. El neoliberalismo coincidiría con el neopopulismo en los criterios de distribución de costos y beneficios que van a afectar a los grupos con niveles relativamente altos de institucionalización como son los trabajadores urbanos y las clases medias y se dirigen al sector informal y a los pobres rurales. El ataque a los gremios, las organizaciones políticas y a determinados sectores de la industria calificándolos de mercantilistas fortalece la autonomía del poder ejecutivo. Los informales serían los beneficiados de la flexibilidad del mercado de trabajo que adoptan las políticas neoliberales (Weyland 1997).

Estas visibles coincidencias entre neoliberalismo y neopopulismo no impiden que existan tensiones en esta relación. Los incentivos otorgados a las empresas competitivas en el mercado internacional no siguen la lógica económica del neopopulismo y la consolidación de las reglas universalistas del mercado resulta contraria a los criterios particularistas en la asignación de beneficios y sanciones.

En los hechos, las definiciones del propio populismo en estas concepciones la reducen a una relación sin intermediarios entre gobernante y sectores populares. No existe aquí como en el populismo histórico latinoamericano una combinación entre manipulación de masas con una actividad movilización de éstas en términos de conquista de derechos y reconocimiento de espacios políticos. El seguimiento a Fujimori parece corresponder, a nuestro criterio, a lo que Tucker caracteriza como carisma de situación. No son los componentes mesiánicos de la personalidad del líder, presentes en el carisma puro sino una situación de inestabilidad, la que predispone a la gente a percibir como extraordinariamente calificado y a seguir con lealtad a un jefe que ofrece una salida a una situación de “stress”.

Por otra parte, como señala Schedler el amenazante *Otro* en gobiernos como el de Fujimori no son los grupos de poder económico como en el caso del populismo sino las élites políticas. En lo que este autor llama “establishment” antipolítico ellas son las acusadas de irracionalidad cognitiva-instrumental ya que se les atribuye no sólo falta de conocimientos sino de sentido común; de irracionalidad normativa porque se alude a una supuesta tenden-

cia a la corrupción, la injusticia y el enriquecimiento y una irracionalidad expresiva consecuencia de su insinceridad, cinismo y teatralidad (Schedler 1996).

El estado desarrollista o el estado nacional-popular intentaban aproximarse o al menos remedar al Estado de Bienestar a través de la difusión de valores como el progreso, la igualdad y las integración. (Calderón 1997; Vilas 1997). En algunos casos estos valores y aspiraciones eran recogidos desde una fórmula populista, en otros casos las relaciones de dependencia aparecían contrarrestadas con una aspiración de los sectores populares, parcialmente lograda, a integrarse en el juego político en donde asomaban dimensiones ciudadanas. La movilización social ampliaba las bases de legitimidad del Estado y su agenda. No bastaban las prestaciones focalizadas a grupos que requerían asistencia. El proceso de fondo era la aparición de las clases populares en el desarrollo urbano industrial y la necesidad que algunos dirigentes tenían de incorporarlas al juego político.

El populismo se basaba, es cierto, en relaciones asimétricas pero no por ello los actores participantes dejaban de integrarse en un pacto social en que gobernantes y clases medias y populares especialmente las urbanas, se prestaban legitimidades recíprocas que situaba a unos y otros en mejores posiciones y en una situación de convergencia en la pugna del poder en la sociedad y en la política. El cliente populista era un público fuerte que estaba en condiciones de reclamar y pedir cuentas de lo cumplido ante una relación de patronazgo expuesta a exigencias severas de dar cuenta de lo prometido. En el escenario actual la marginación de las nuevas clientelas las reduce a solicitudes ocasionales, expectativas de corto alcance, reconocimiento de cualquier asistencia, limitaciones autoimpuestas o más bien impuestas por las circunstancias, en suma, estamos ante un público débil por sus escasos niveles de estructuración unida a la comprobación de lo poco que se puede avanzar para mejorar su situación.

En el populismo establecido por un pacto existen mecanismos de manipulación de las sectores populares pero exige además un reconocimiento de niveles de intervención de estos sectores tolerado, o más bien, obligados a tolerarlo por parte los grupos hegemónicos. La regulación del proceso de acumulación con algunos criterios distributivos es una tarea que tiene que emprenderse para anticipar y dejar de lado probables tensiones sociales.

García Canclini asocia al populismo con una representación teatral que traduce o mejor dicho continúa en un plano simbólico lo que hemos expresado en términos políticos y sociales. El pueblo, algo más que clientes, quizás menos que ciudadanos de pleno derecho, no es el destinatario pasivo de las acciones comunicacionales sino que interviene y se hace reconocer en manifestaciones y desfiles de protesta o afirmación (García Canclini 1990).

Llegando un poco más lejos que lo que este autor expresa, los actores cobran fuerzas viéndose a sí mismos y obligando a los demás a que los observen. La crisis económica y la invasión de la lógica publicitaria en la que importa más que el contenido del mensaje la “estilización del producto” debilitan esta estrategia, la hacen poco verosímil.

Sin embargo, no parece que llegue el turno para el neopopulismo años después. Ocurre, más bien, que la vida cotidiana de los grupos más pobres está atravesada por la influencia de redes políticas que evocan una tradición populista unida a la presencia de descarnadas reglas del mercado. La indiferencia ante la discriminación ciudadana alienta la fragmentación de los imaginarios colectivos (Novaro 1997) y resulta simplista considerar la visión de lo social entre los más pobres constituida unidimensionalmente a partir de las relaciones de clientes ante un jefe.

La imposición de un orden de mercado no produce un cambio radical de expectativas entre los más pobres y las políticas de fondos sociales focalizados, al margen de la calidad técnica de algunos proyectos, no puede responder a necesidades que cubran a más del tercio de la población que las requiere de manera impostergable.. Al mismo tiempo, las desigualdades generadas por el proceso de acumulación avanza con mayor velocidad que las medidas compensatorias.

El mercado no genera ni sustenta dos ideas requeridas para una coordinación política: la representación y la conducción, que asegure ideas sino de bien común de proyectos o un enfoque normativo que oriente a los actores. Se crea un vacío en el imaginario social que tiende a soluciones individualistas y al repliegue en lo privado, que por lo general en los grupos más desfavorecidos no produce expectativas de cambio (Lechner citado por Calderón 1997).

Quizás con la excepción de pequeños productores de procedencia popular no puede difundirse la idea de la igualdad de oportunidades cuando se hace más evidente la jerarquización de lo social. Existe una distancia creciente entre, por un lado, el malestar social y la misma complejidad de los problemas que quieren resolverse con las políticas sociales y por otro la visión restringida e instrumental del crecimiento económico (Calderón 1997).

El proceso diluye el espacio para la impugnación. Se crea más bien un descontento difuso respecto a la política y los políticos que deja un espacio libre de críticas que sean focalizadas particularmente en quienes ejercen el poder. Un orden percibido como lejano puede ser también un orden no cuestionado.

Fujimori consigue así en el período de mayor cuestionamiento a su

gestión —junio a agosto de 1997— un apoyo superior al 30% de la opinión pública. En esta situación coexistía muy probablemente la aprobación convencida de algunos con el acostumbramiento a las reglas de juego existentes por parte de otros.

4. LA PERSONALIZACIÓN DEL PODER

El gobierno de Fujimori no ha conseguido establecer lineamientos estables de una política neopopulista y probablemente no sea éste el objetivo propuesto. Sin embargo, se llega al extremo de una constante de la política peruana que es la personalización. Para ello combina la comunicación personal con la comunicación por los medios. Esta tendencia tuvo su apogeo en el período de 1992 a 1996.

En los inicios esta creciente personalización en torno a Fujimori no es una expresión generalizada de la crisis de representación sino manifestación de una de ellas, la decadencia de la democracia de partidos. En este rasgo de la situación incide el papel de los medios de comunicación que, como señala Manin para otros contextos, transmiten cualidades directas y sensibles de los candidatos que no dependen de la mediación y la intervención de los militantes (Manin 1992). Los postulantes exacerban este personalismo por las dificultades o los inconvenientes de fijar un programa cuyas medidas resulten acaso imprevisibles o rechazadas, si no se aplican en el momento preciso. Por esta razón, al margen si un régimen tiene características democráticas o autoritarias, aumentan los poderes de prerrogativa de los gobiernos y los representantes ya que la complejidad de las decisiones traban la probabilidad que ellas pueden deducirse de una regla de acción ya enunciada con anterioridad. En el caso de Fujimori se combina la decisión inconsulta con la confianza que espera obtener de los ciudadanos.

En este contexto la oposición se encuentra en una situación de incertidumbre. En una sociedad civil debilitada y sin referentes integradores no sólo en lo político sino en lo económico, lo social y lo cultural, resulta una tarea compleja identificar los principios de escisión más eficaces y favorables para obtener apoyo, obligando a una suerte de prueba de ensayo y de error sustentada frecuentemente en encuestas de opinión. En esta situación, Fujimori parece haber sacado ventaja frente a sus adversarios políticos.

En las opciones, la política se personaliza y las imágenes cobran importancia. Los discursos y el modo de pronunciarlos y de hacer determinados énfasis permite dar una idea vaga de lo que se propone el candidato, que basta para quienes por razones culturales no tienen una información suficiente o aún para reducir los costos de información de quienes en teoría tienen los conocimientos disponibles para hacer una evaluación más precisa.

Esta presentación esquemática es ambigua en sus contenidos prestándose a diversas interpretaciones, circunstancia que favorece la independencia de los gobernantes respecto a las razones por las que inicialmente fue elegido. La idea de mandato y de fiscalización se difuminan.

La personalización esta asociada también a la condensación de imágenes de los medios de comunicación y es una última etapa de un proceso más amplio de “sustitución de contenidos argumentales y de fondo de las acciones políticas por sus representaciones simbólicas”. Los actos y situaciones son reducidas con frecuencia a la persona que los protagoniza (Dader 1992a).

Este escenario de personalizaciones acumula imágenes positivas y negativas de los protagonistas políticos y la comunicación se presenta como una suerte de relato dramático que sustituye la instancia de deliberación y se trastoca en un juego de competencia en la que cada actor en escena pugna por el logro de una idealización positiva y por trasladar la carga negativa a sus antagonistas.

La personalización permite además un desvío en la atención pública. Fujimori inmerso en una campaña política permanente tiene inevitablemente que tomar en ocasiones medidas antipopulares. Aquí se puede jugar con una dinámica de presencias y ausencias de la dimensión personal. Ella sacará partido de las medidas que cuenten con una extendida aceptación. En cambio tratará de esquivar la personalización en decisiones cuestionadas “Todo lo popular lo asumen los líderes, lo impopular es producto de un sistema abstracto y anónimo” (Del Rey Morató 1996). La estrategia es hacer sentir con todo su peso la idea del sacrificio de lo inevitable unido a la promesa que se tratará de evitar parte de los perjuicios mediante una intervención sensible y providencial.

5. MEDIOS Y POLÍTICA

La estrategia de Fujimori para ganar el apoyo de la población combina visitas personales a barrios marginales y poblados rurales con la presencia en los medios de comunicación. Estas actividades van juntas ya que en el momento en que se está concurriendo a la comunidad el presidente en la alocución y los gestos toma en cuenta sus efectos mediáticos.

Corresponde aquí hacer una breve digresión en que tomaremos en cuenta las interpretaciones del efecto de los medios en la campañas políticas, hechos que Fujimori toma en cuenta. El recuento acotado de esta discusión creo que no nos distancia de la coyuntura sino nos provee de elementos indispensables para entenderla. Después podremos volver con ma-

yor seguridad al discurrir cotidiano de la política comunicacional del gobierno y de la oposición, sus continuidades y sus momentos de ruptura, la casi omnipotencia presidencial durante un período que se extiende de 1992 y 1996 y las fisuras quizás no definitivas que comienzan a notarse.

Verón señala que la televisión es el sitio por excelencia para la producción de acontecimientos y el lugar privilegiado del vínculo entre el ciudadano y la ciudad y entre los representantes y el representado (Verón 1992). Wolton considera que la democracia masiva en los tiempos presentes requiere de los medios que no suprimen la política sino que la hacen posible. Ellos, según el autor, producen un circuito de comunicación indispensable para el funcionamiento de la democracia masiva, en el sentido descendente del poder político a través de los medios y en el sentido ascendente de la opinión pública a los políticos recurriendo a los sondeos. Esta comunicación política permitiría identificar los problemas que surgen, favorecería la integración de los debates del debate y facilitaría la exclusión de aquellos temas que han dejado de ser objeto de conflicto (Wolton 1992).

Fujimori no parece situarse en esta lógica de relativa equiparación de gobernante y ciudadanos resultado de la dinámica de los medios de comunicación. La concentración del poder define una agenda, ella ordena o al menos orienta los temas. Las eventuales presiones desde abajo quedan por fuera de lo lógico del sondeo y, hasta cierto momento de la historia reciente, de la atención de los medios. La visión optimista de la función de equilibrio de los medios resulta, en ocasiones el reconocimiento del statu quo impuesto desde la cúspide al impulsar una situación de conservación de lo existente que disimula la desigualdad de las fuerzas en juego.

Otros autores, en cambio, llegan a conclusiones pesimistas sobre la relación entre democracia y medios de comunicación. Zolo remite el problema a un momento anterior pero asociado con el desenlace presente, como lo es el peso de las élites políticas. En una democracia electoral la incompetencia o falta de conocimiento de los ciudadanos puede ser absorbida por el sistema sin disfunciones graves porque la tarea confiada a ellos no es el problema crucial de decidir sobre los criterios de conducción política sino “decidir sobre quien debería decidir”. Se transfiere a los gobernantes lo que en parte parecía también responsabilidad de los electores. Las elecciones aparecen como ritual para la legitimación procesal del poder —un ritual de protección y de integración social— que no tiene sino una relación marginal con el contenido futuro de las acciones del gobierno. Ya Schumpeter al mismo tiempo que reconocía el valor de la libertad de información se mostraba escéptico sobre su eficacia para propender a la libertad y a la capacidad de los votantes para orientarse (Zolo 1994). En este caso, a diferencia de Wolton, se reconoce la asimetría entre gobernantes y gobernados y la capacidad de influencia de los primeros lo que no supone reconocer la omni-

potencia de los medios de comunicación oficialistas para fijar orientaciones pero sí acepta con realismo los límites para contrarrestar sus tendencias en un régimen en que se restringe el pluralismo, como es el caso de Fujimori. El titular del ejecutivo es el único que dispone de la libertad para desarrollar un amplio margen de tareas de convencimiento y de manipulación.

El modelo de manipulación de mercados sustituye al modelo dialógico. En el modelo dialógico el espacio de comunicación es homogéneo porque el contenido es compartido por todos y continuo ya que no hay instancias privilegiadas y momentos críticos para interrumpir o propiciar el encuentro de los interlocutores. La mercadotecnia en cambio parte del reconocimiento de la segmentación social como criterio para instalarse en un “mundo político plural y competitivo” y no toma como referencia valores sustantivos como es del interés general. Se ubica en sociedades donde se han fragmentado intereses y proyectos y no es posible pensar en un principio de unidad (Achace 1992). El recurso de Fujimori a los sondeos de opinión y los “focus group” indica en este último caso el recurso del diálogo armado desde fuera de los participantes para extraer conclusiones a través de una deliberación técnicamente controlada. La racionalidad instrumental necesita el remedo de una racionalidad comunicativa para extraer informaciones que jueguen en el cálculo político.

Zolo en la obra citada señala que en la situación presente los medios de comunicación no son solamente agencias de socialización política sino de distribución de conocimientos destacando la naturaleza asimétrica, selectiva y no interactiva de la comunicación. Esta convicción surge de la comprobación de la distancia entre los emisores que son grupos profesionales cohesionados, formalmente organizados como empresas capitalistas con estructuras burocráticas, y por otro lado los receptores sin comunicación ni cohesión social. En casos extremos, para este autor, los medios imponen autorreferencialmente su propia realidad como la única abierta a la recepción de los mensajes, logrando que una imagen selectiva y distorsionada se trate de presentar como la realidad.

La interpretación de Zolo probablemente subestime la importancia de las comunicaciones interpersonales. Más allá de esta objeción, los medios tienden a una personalización de la realidad que colude en parte con el ideal democrático de la inimportancia intrínseca sino por la autoridad de quien es su protagonista.

Todo ocurre como si la “visualización” de un problema para facilitar su comprensión requiriera hablar obligatoriamente de personas concretas ante la aridez y la falta de atención de los temas tratados de manera técnica o ideológica. La personalización incide en la evaluación de las posiciones ya que las ideas han sido sustituidas por nociones acerca de las cualidades de

un líder al cual se le puede otorgar confianza al margen de propuestas programáticas. Incluso las posiciones políticas que pueden ser vistas como propias del radicalismo o del conservadurismo parecen expresarse en gestos y actitudes antes que por los argumentos de los discursos.

Por estas razones Fujimori se ubica en el centro político de modo relativamente independiente de sus políticas específicas de ajuste estructural y las reformas neoliberales que está desarrollando.

6. LA UBICUIDAD DE FUJIMORI Y LA FIJACIÓN DE LA AGENDA

La personalización favorecida por los medios propicia el juego de acercamiento y distancia en la que se sustentan las identificaciones. Como se ha discutido ampliamente en las ciencias sociales Fujimori en los momentos de su irrupción política coloca su discurso, quizás sin una cuidadosa evaluación previa en el centro mismo de las divisiones étnicas y sociales que separaba a pobres y ricos, costa y sierra, criollos de piel clara y cholos e indios, clases medias y sectores populares (Degregori 1991).

20

Algunos rasgos de este estilo permanecen años después. El presidente es el que desafía los rituales de la tribuna política alejado de la retórica y los abrazos de circunstancias con sus seguidores y clientes. Mantiene las pautas de un comportamiento antielitista y sale a dar vueltas por las localidades que visita con una bicicleta, un burro o un tractor, se baña en una laguna o en un río, juega a tirarle agua a la gente y les dice que es uno más entre ellos usando “sus sombreros, ponchos, cusmas, tocados de plumas y hasta banderas” (Oliart 1996). Procura dar la impresión que su visita no responde únicamente al motivo de inauguración de una obra. Interpela a la población sobre la calidad de los servicios prestados presentando a la vez la imagen de un ejecutor y de un garante y si retorna nuevamente a una localidad, es asumiendo que ha cumplido con la promesa ofrecida, fortaleciendo una relación de confianza. En los últimos años intenta proyectar además no sólo una imagen gerencial y ejecutiva, sino la del estadista que enlaza cada proyecto u obra realizada con la idea de un nuevo país. Los medios se encargaban de multiplicar el efecto de estas apariciones en la percepción de los ciudadanos convirtiéndose en una rutina de los noticieros que buscaban confirmar día a día un vínculo de delegación y consentimiento. En algunos casos, como ha ocurrido en otros contextos políticos daba la idea de una intervención solipsista que recurría a los medios de acuerdo a parámetros definidos con precisión acerca de qué se tenía que conversar despojando a los periodistas de cualquier otra alternativa.

Para los sectores populares, Fujimori fue por un largo período, el inter-

locutor reconocido, el político a quien estos grupos decodifican bien. Este logro es atribuible a la comprensión del presidente que debía ubicarse en los contextos donde lo interpretaban mejor como los barrios populares y pueblos jóvenes de Lima o las comunidades, los pueblos y las ciudades de provincia. Allí transmite dos mensajes convincentes “yo estoy donde quieras que esté” y “soy un presidente como tú” que resulta una manera de aludir también a su sensibilidad respecto a las preocupaciones de la población con la que dialoga. En cambio no acostumbra visitar a los distritos de clase media porque sabe que no puede alcanzar los mismos niveles de comunicación.

Fujimori encuentra estas perspectivas de interlocución favorecidas porque lo que decían los políticos opositores aparecía con frecuencia fuera de contexto en relación a los temas que le interesa escuchar al público destinatario. Los mensajes de estos líderes con frecuencia no eran atendidos al no difundir lo que les importa a los receptores o no transmitirlo de manera adecuada. Fujimori despliega con naturalidad sus gestos y actitudes. Utiliza palabras sencillas construyendo frases conocidas y con ritmo pausado. Sus momentos de silencio no se asocian a las dificultades de la trabajosa elaboración de un concepto sino discurren con el propósito de escucharse y dejarse escuchar aparentando la estructura de un diálogo. Este estilo de comunicación contrasta con la oratoria ininterrumpida y las expresiones altisonantes de algunos políticos que colocan inadvertidamente una distancia insalvable entre quien pronuncia el mensaje y aquellos que lo escuchan.

Fujimori pasa por donde pasa la opinión pública. Es un tipo de aproximación que parece no requerir del presidente una cuidadosa elaboración previa y se vincula probablemente con su procedencia social, clase media baja, de la cual extrae algunas claves para manejarse eficazmente con los sectores de menores ingresos. Es un líder autoritario, comportamiento que era reclamado por parte de la sociedad en el momento en que el país salía de una situación caracterizada por la hiperinflación y la violencia política y se imponía el dilema entre caos y orden. Probablemente la vigencia de este estilo coincida con otras estructuras igualmente autoritarias como las de la familia y la educación. Esta coincidencia no significa necesariamente que en el Perú exista intrínsecamente una cultura de la intolerancia, sino más bien que en coyunturas álgidas la gente se apropia selectivamente de experiencias pasadas que le ayudan a encarar los momentos presentes.

Desde el punto de vista del mercadeo político puede afirmarse que Fujimori es consistente con los valores que preconiza. Esta consistencia radica en tener el producto, los puntos de venta, la distribución, la comunicación y la publicación en la misma línea y en el nivel que se haya definido. La oposición no alcanzó durante varios años los mismos grados de consistencia debido parcialmente a su heterogeneidad. Sin embargo, influía especialmente el hecho que el lenguaje se encontraba en un nivel, la publicidad en otro

—no importa si ella estaba bien formulada en sí misma cuando no resultaba coherente con los otros aspectos mencionados— y las propuestas no se definían con claridad o podían interpretarse como resultado de una opción de queja que se agota en sí misma. Todo ello sugería una situación de incoherencia. La inconsistencia produce “ruido” en la percepción del ciudadano o del consumidor y la deficiencia en la elaboración del mensaje hace irrelevante que el político se encuentre en la fecha, el medio y el día apropiado.

Fujimori se ubica en una posición más cómoda que la de sus opositores. Su mensaje llega nítido y la simpleza del mismo facilita la atención de las personas a las que está destinada su prédica. El riesgo de la monotonía lo compensa con la combinación de elementos permanentes de sus discursos acompañado por el despliegue incesante de nuevas iniciativas. La oposición, en cambio, tiene que dar explicaciones que sean fáciles de retener y que se exprese en términos que consigan hacerse escuchar, logro que sólo parcialmente está alcanzando en el último período, arrojando el lastre de errores anteriores.

El presidente ha tenido por un lapso prolongado un protagonismo casi exclusivo al no existir otras personalidades y movimientos capaces de plantearle una competencia que afectara su posición. Quizás este tipo de protagonismo tenga el inconveniente de un posible desgaste pero el presidente parecía manejar sus tiempos sin mayores tropiezos. Fujimori salvo la situación que se plantea desde abril a octubre de 1996 era el actor político capaz de canalizar o fijar la agenda de los medios. Aunque en algunos casos no lograra persuadir a la gente sobre sus opciones conseguía en cambio establecer los temas políticos sobre los cuales los interlocutores y ciudadanos tienen que pensar. La reflexión se organizaba en torno a ello mientras otros objetos conseguían ser sustraídos de la atención pública.

Sólo así puede explicarse que el rechazo a determinadas medidas del gobierno en instancias claves no afecten la popularidad del presidente. Cuando en 1994 se despliega la política de privatizaciones el 47% se manifiesta a favor de ellas y sólo el 34% en el sector de menores ingresos (Carrión 1997). La aprobación a Fujimori en el mismo período es del 61%.

La ley que amnistiaba a militares involucrados en crímenes contra la población civil promulgada en junio de 1995 provocó un 86% de rechazo en la población de acuerdo a diversas encuestas de opinión pública (Connaghan 1997). El respaldo a Fujimori llegaba sin embargo por la misma fecha al 76% de los encuestados. No es que hubiera una distorsión inexplicable entre juicios y apoyos, sino que el gobierno conseguía fijar los puntos de atención convirtiendo lo que parecía ser un debate nacional en una controversia limitada a élites oficialistas y opositoras en la que el resto de la sociedad no se encontraba comprometida.

Como señala Zolo la fijación mediática de la agenda no sólo comunica a los receptores los contenidos de la información elegida sino procura imponer también la estructura mental a través de las cuales operan las selecciones y distorsiones. En el largo plazo pueden llegar a definirse los rasgos de la atención pública y los asuntos que no pueden cruzar el umbral de la comunicación multimediática.

Los asuntos sobre los cuales puede orientarse una efectiva canalización son los temas “temáticos” (issues) y los temas acontecimiento (events). El eje temático agrupa y organiza un conjunto de cuestiones en un problema de fondo plasmado por lo general en contenidos abstractos. Los temas acontecimiento se refieren a hechos concretos e individualizados (Dader 1992b). La habilidad del político que utiliza los medios radica en la capacidad de combinar temas y acontecimientos y Fujimori parece hacerlo con particular soltura. Así alude por ejemplo a estrategias antiterroristas y contra el narcotráfico, crecimiento económico, inserción internacional, y estos temas son complementados con informaciones sobre detenciones, operativos de incautación de drogas y captura de delincuentes, estadísticas sobre el comportamiento de la economía, publicitados convenios con la banca internacional o con países, que pretenden dar cuenta de los niveles de reconocimiento obtenidos por el gobierno.

Este repertorio supone el control de la operación canalizadora por parte de de quién emite el mensaje. En primer lugar *existe un filtro entre conocimiento y secreto* en asuntos que sin exposición a los medios no pueden ser identificados por la opinión pública. Los gobiernos reservan información que en teoría no tienen rango de secreto de estado. El margen de ocultamiento es mayor en casos de concentración de competencias en el ejecutivo y debilidad de los mecanismos de control de los otros poderes del estado y de las instituciones representativas de la sociedad civil como ocurre en el Perú. La agenda se delimita también *estableciendo una jerarquía de prioridades* que trata de incidir en el grado de importancia que la audiencia le va a conceder a determinados asuntos. En el período anterior Fujimori insistía en la crítica a los partidos y el combate contra el terrorismo y la inflación. Los puntos prioritarios se están trasladando al desarrollo económico y la inserción y el reconocimiento por la comunidad financiera internacional. La canalización de la opinión pública se organiza también *dando realce a un ángulo o un aspecto particular de un tema genérico*, procurando destacar ciertos aspectos y relegar otros. Así, por ejemplo, una reforma de la legislación del trabajo que afecta la estabilidad laboral es tratada por la mayoría de los medios de comunicación poniendo en relieve la compensación que por despido arbitrario le asiste al trabajador o las oportunidades ocupacionales que le otorgan a los jóvenes. La información sesgada es un mecanismo de control mediático por parte de quienes ejercen el poder.

Quizás más allá de intenciones deliberadas, por superposición de estilos, existen coincidencias significativas entre las modalidades de actuación de los medios y las formas de intervención presidencial. Ambos parecen sentirse cómodos con lo que Ford llama “sinedocquización”, (Ford 1995) ir de la parte al todo, del pequeño suceso y la obra menor a partir de la cual se intenta establecer conexiones con el conjunto de la realidad y explicar los cambios en la sociedad aunque las relaciones sean débiles y el tránsito de uno a otro espacio no justificado. Por otra parte y dentro de la misma operación, trasladada al plano de la política, surgen formas de mediación que procuran reducir a términos simples la complejidad de lo social, apostar a una eficacia simbólica y marcar distancia o enfrentar al marco institucional. Como señala Sarlo la escena institucional es lenta y sus formas (precisamente las formas que hacen posible a las instituciones) complicadas hasta la opacidad que engendra la desesperanza (Sarlo citado por García Canclini 1996a). Los medios y en este caso Fujimori ofrecen la idea de la contigüedad y la atención sin dilaciones.

La radio y la televisión fijan el concepto que todos pueden expresarse y ser comprendidos en un lenguaje de sentido común que atraviesa la complejidad y le quita peso y relevancia, reivindicando la supuesta veracidad de una percepción directa frente a las interpretaciones del saber letrado. A la larga cumple una función de mimesis al producir una complicidad con las estructuras sociales y económicas existentes y repetir los lugares comunes de la cultura política (García Canclini 1996b). El testimonio de las necesidades de un campesino o poblador o de un barrio o un caserío rural quiere proyectar una idea de lo que los ciudadanos precisan, significa que plantearlo a la persona adecuada es resolverlo ya que la intervención personal y providencial del presidente provoca un cambio de comportamiento en las instituciones destinadas a atender el problema. Ocurre como si estas instituciones no tuvieran otra iniciativa que la impuesta desde el vértice del poder.

Los efectos de canalización de la agenda son evaluados por el gobierno siguiendo técnicas cualitativas y encuestas de opinión, tratando de definir también en el proceso hacia donde se van orientando los deseos y preferencias de la población. Ello le permite al presidente seguir con un discurso estructurado y sencillo que convoque al imaginario de sus interlocutores de modo que estos consigan asociarlo con determinados aspectos de lo que vaya ocurriendo en la vida política o en la comunidad. En este sentido las obras o ayudas que realiza el presidente, una bomba de agua por ejemplo, el tractor o la escuela —aunque se trate de proyectos inconexos o no tengan la infraestructura adecuada para sacarle partido— operan como referencias para pensar el futuro con optimismo después de haber pasado el país por una situación de incertidumbre y de inestabilidad. Fujimori encuentra por lo general las palabras adecuadas para presentar lo realizado como símbolos de un proyecto de modernidad

El autoritarismo de Fujimori lo hace renuente al delegar funciones y cuando las concede es con la finalidad que la provean de informaciones en torno a hechos puntuales y precisos. En este sentido se desempeña como el gerente general de una empresa moderna que controla las líneas estratégicas de acuerdo a criterios donde están claramente definidas la publicidad, el precio y los puestos de venta. Estos rasgos permiten lo que en la jerga del mercadeo político se denomina un posicionamiento que propicia un fácil reconocimiento y una rápida identificación con sus propuestas, las que no exige explicaciones elaboradas. Esta situación contrasta con las dificultades que sigue encontrando la oposición política.

Los medios se encargaron de convertir el liderazgo providencial de un caudillo surgido en una situación de emergencia en el conductor inspirado y sereno que guía el país. Como es sabido la información en situaciones de baja participación y distanciamiento de la política respecto a las preocupaciones de los ciudadanos, facilita la manipulación de los medios. Un número creciente de personas confía en el contenido informativo de la televisión para orientar un comportamiento político sin que esta conducta del receptor se vincule a la idea de un compromiso. En el proceso “declina la necesidad percibida primero y luego la capacidad para realizar operaciones complejas de tal información así como la estimación de la complejidad de la política misma” (Del Rey Morató 1996).

25

Este evidente control político indirecto que ejerce el presidente sobre la mayoría de los canales —deudas tributarias, concesión de líneas y avisos del estado— no es la única explicación de la abrumadora presencia del presidente en la pantalla entre 1992 y 1996. Su cargo, sus visitas y sus declaraciones lo convertían en el actor político del días. Los medios se acomodaban al rating.

Fujimori se encontraba favorecido por lo que Noelle-Neumann caracteriza como “un clima de opinión” que alude a un conjunto de informaciones, ideas y preconceptos que permanecen estables hasta que la introducción de algún elemento desencadenante logre modificar este estado de cosas (Monzón 1992).

Las informaciones de los medios serían cribadas por la presencia de líderes de opinión vinculados a instituciones del trabajo y a grupos primarios cuyos lazos se sustentan en una estructura informal y relaciones directas y afectivas.

El colapso de las estructuras tradicionales de mediación ha conseguido que la sociedad se haya vuelto más deliberativa en una dinámica de pequeños grupos (López 1996). En las relaciones cara a cara de los procesos laborales en pequeños establecimientos parecen obrar como ejes articuladores la presencia de liderazgos sociales que obrando como modelos de conducta

en el ámbito donde desarrollaban su actividad, interpretando situaciones, definiendo intereses, elaborando discursos sobre identidades y opciones, influyen en el comportamiento de su grupo de pertenencia tanto en la esfera pública como la privada, entre ellas, la dimensión específicamente política (Grompone 1996). Sin dejar de reconocer la importancia de estas relaciones, parecen obrar en el Perú algunas condiciones que contrarrestan este efecto y le otorga en ocasiones primacía a los medios. Entre ellas la facilidad con que los mensajes llegan directamente a los receptores y la importancia de un contexto cultural y normativo que transmiten estos mismos medios y que traspasan los niveles a los que pueden llegar las redes interpersonales.

En su estrategia de mercadeo Fujimori parte de la idea que la gente toma como referencia la televisión y las oportunidades de contacto directo con el presidente. El supuesto es que los ciudadanos no dialogan entre ellos de política o lo hacen superficialmente y que la prensa que desarrolla estos temas con detenimiento ha decaído en sus niveles de venta. En contraste ha aumentado el tiraje de la llamada prensa popular dedicada a temas exclusivamente policiales, del espectáculo y deportivos. Algunas radios a nivel nacional organizan polémicas sobre temas sociales y políticos controvertidos. Los periódicos y revistas más tradicionales han quedado para una élite intelectual y profesional y algunos sectores de las clases medias. Como señala Bell, la imprenta permite al receptor desarrollar un ritmo personal en la recepción del mensaje y pone en relieve los órdenes cognoscitivos y simbólicos y el pensamiento conceptual. La televisión en cambio impone su ritmo y su tiempo al espectador e invita a la dramatización (Bell citado por Del Rey Morató 1996). Fujimori se acomoda a este último medio utilizando un lenguaje predominantemente descriptivo, convirtiéndose en el comunicador por excelencia.

En buena medida la polémica en los años venideros se centrará en los términos de evaluación sobre la canalización de la agenda propuesta por el gobierno y la capacidad de la oposición de darle prioridad a otros temas que la ciudadanía considera de obligada e impostergable consideración.

7. LOS CAMBIOS RECIENTES: ORDEN, PREVISIBILIDAD Y LÍMITES

En 1997 comienza a perder asidero la idea que Fujimori encontraba sin dificultades la ubicación exacta en la escena pública y en los medios. Una labor que acumulaba créditos políticos pasa ahora por bruscos ascensos en los niveles de aprobación como el ocurrido cuando el rescate de los rehenes en la casa de la embajada de Japón y rápidos descensos en coyunturas críticas, por ejemplo durante las amenazas, algunas concretadas, contra la libertad de expresión y la destitución de tres miembros del Tribunal

Constitucional. Estas oscilaciones parecen haberse detenido en un punto de rechazo mayoritario a su gestión.

Fujimori ha sido obligado a cambiar. En lugar de la intervención constante desde una pequeña plaza o una comunidad de provincias en la que la ayuda social se acompañaba con el pronunciamiento sobre temas políticos nacionales, el presidente tiene que pasar por largos períodos de silencio y dar mensajes esporádicos. No puede imponer el ritmo con el que dominaba la escena política y tampoco controla la totalidad de la agenda. Otras personas logran concitar atención y ser escuchadas. La presencia personal y el vínculo directo con los ciudadanos más pobres, o la ilusión de este vínculo, que se encargaban de difundir los medios no otorga ya garantías de suscitar adhesiones estables y entre la mayoría de quienes lo siguen las opiniones a su favor parecen estar expuestas también al escrutinio y la revisión. Surgen otros liderazgos que demuestran paulatinamente presencia a nivel nacional o respuestas alternativas a nivel de las sociedades locales. Los medios están expuestos a conflictos de poder entre empresarios, de empresarios con el gobierno y el devenir de los acontecimientos los obliga a ser permeables a una realidad más compleja que la que pretende ofrecer el gobierno si quieren mantener márgenes de credibilidad. Los niveles de audiencia no corresponden a una planificación organizada desde el poder teniendo como uno de sus sustentos el descrédito de otros actores como había sido la situación entre 1992 a 1996.

Diversas razones explican estos cambios en la situación que incidirá en la comunicación política. La primera alude al criterio de previsibilidad, lo que esperan los ciudadanos y la conformidad de los actos del gobierno con estas expectativas. En el golpe de abril de 1992 se buscaba orden, en la lucha contra la violencia terrorista para obtener un triunfo militar, en el plano económico para salir de la situación de hiperinflación. La mayoría de los ciudadanos estaban dispuestos a afrontar los costos necesarios. Los éxitos en el combate contra el terrorismo, con el hito de setiembre de 1992 con la captura de Abimael Guzmán y la estabilidad económica, otorgaban márgenes de certidumbre que se había emprendido el camino adecuado. Los proyectos personales se fusionaban con proyectos colectivos; en cierta manera, los primeros eran absorbidos por los segundos.

Visto en perspectiva, las medidas asistencialistas tomadas en este período significaban para la opinión pública y en especial para los sectores de menores ingresos la comprobación de los primeros efectos beneficiosos de un nuevo orden y sólo correspondía esperar. Como se señaló, no existió en este período un pacto político consustantivo al imaginario populista pero sí una confianza que el gobierno iba a llegar con paso seguro a la mayoría de los ciudadanos. La flexibilidad laboral, los ingresos precarios, el desempleo, los despidos, el desplazamiento de una ocupación a otra tanto en los secto-

res medios como en las populares, genera, como en otros procesos de ajuste estructural una vez pasada su primera etapa, una demanda de empleo. El período de gracia dado al gobierno llega su fin y las medidas asistencialistas ya no bastan. La población comienza a examinar los alcances y los límites de la experiencia vivida. Fujimori consigue mantener apoyo en algunos grupos de extrema pobreza que no son capaces, por sus mismas carencias de articular necesidades con demandas, por más difusas que ellas sean pero este conformismo no se extiende al conjunto de los sectores populares.

En la comunicación política Fujimori debe caer entonces en largos períodos de silencio, interrumpido con el anuncio de medidas de apoyo a favor de los más pobres y de sectores medios. Sus visitas a provincias obliga a que sus asesores hagan cálculos más cuidadosos y no transmiten como antes la idea que el presidente está en todas partes a la vez. Tiene que saberse y con detalle lo que puede ocurrir en el lugar al que se llega, planificar las manifestaciones de adhesión seleccionando y movilizándolo a la población convocada y evitar todo riesgo de expresiones de rechazo. Ya no sólo es prisionero de una popularidad que lo obligaba a una actividad permanente sino de las oposiciones que concita su gestión.

Fujimori en este proceso no puede asociar fácilmente el criterio de orden —en contraste con el caos inminente que presuntamente provocaría su ausencia— con el apoyo a su gestión. La seguridad personal y la seguridad económica estaría vinculándose cada vez más en la población a una demanda todavía difusa de instituciones. La existencia de normas y pautas de comportamiento que sean exigibles para todos, la idea de un horizonte de tiempo en donde ellas mantengan vigencia sin cambios, se opone a los arreglos particularistas de una gestión gubernamental en donde comienzan a advertirse privilegiados: los inversores extranjeros de las privatizaciones, algunos grupos económicos nacionales, la cúpula de las Fuerzas Armadas. Escapar de las formalidades legales significaba para la mayoría de los ciudadanos en el período de 1992 a 1996 actuar con la firmeza y la audacia necesarias para destrabar una situación intolerable. Una parte sustantiva de la opinión pública consideraba ciertos estilos de práctica y convivencia democrática como obstáculos deliberados puestos en el camino o al menos detalles farragosos que entorpecían una gestión. Ahora, las transgresiones son vistas como ventajas para el gobierno y limitaciones del margen de actuación que puede afectar o afectan a un número creciente de ciudadanos. Si bien es aventurado señalar que este cambio de orientaciones puede plasmarse en un reclamo democrático articulado, le quita al presidente el margen de discrecionalidad con el que contaba para llegar a la población.

Fujimori enfrenta en su estilo de comunicación difíciles disyuntivas: no puede presentarse como el gobernante libre de compromisos y dispuesto a hacer lo que mejor le parece con la seguridad que sus palabras sintonizan

con la voluntad de los receptores de su mensaje, no está en condiciones de introducir cambios con nuevos ofrecimientos sobre los cuales se les va pedir cuentas. Se encuentra en una situación de relativo aislamiento curiosamente no tanto por las promesas incumplidas sino por lo que no ofreció, sabiendo que no las podía resolver como es el tema del empleo. El presidente no ha perdido su protagonismo aunque ha reducido su influencia. No dispone de opciones sencillas para recuperarla.

Las propias percepciones de las fronteras entre los grupos sociales se vuelven porosas. Pasado el período del ajuste, el conjunto de asalariados que comienzan a examinar su situación y advierten que los sacrificios presentes no se asocian a una mejora sustantiva en el futuro. Tanto empleados y obreros tienen la sensación que están sometidos a trayectorias aleatorias que no dependen de su esfuerzo ocupacional sino de cambios de política en el sector público o de restricciones en firmas privadas que escapan de su control. Se ponen en juego diferencias no sólo entre distintos estratos o clases sociales sino al interior de quienes desempeñan una misma ocupación separando a quienes todavía pueden mantener sus rutinas laborales y aquellos que han sido obligados a un desplazamiento en la que en contadas ocasiones han recuperado una ocupación que permita alentar las mismas expectativas que la anterior. En la década del 80 se fueron diluyendo las expectativas centradas en la educación por la segmentación del sistema educativo y las limitadas perspectivas de progreso que otorgaba el acceso a una profesión. Ahora se ha quebrado la idea de trayectorias ocupacionales ordenadas que tenga un relativo horizonte de continuidad generacional. En las clases medias significa que un grupo considerable pierde un estilo de vida sustentado en niveles más o menos estables de ingreso y de consumo mientras que otros que han conseguido mantenerlos encuentran en una condición de incertidumbre. En los pequeños productores, especialmente los urbanos de procedencia migrante pasada las primeras etapas del traslado del campo a la ciudad, parece haberse consolidado un proceso de diferenciación interna en la que un sector minoritario ha entrado en un proceso de avance sostenido mientras que la mayoría se inserta en economías de sobrevivencia.

Una vez superada una situación de emergencia la población tiene que evaluar sacrificios y resultados. Quienes sienten que han perdido posiciones, los llamados “nuevos pobres” están ganados por un sentimiento de desconcierto, ansiedad y agresividad. En estas circunstancias puede pensarse que lo que primero se tradujo en malestar con la política en general que llevó a apoyar a un líder que la desacreditaba con vehemencia se focaliza ahora, por lo menos en parte, en malestar respecto la gestión de este gobierno. Los sectores populares, como se ha mencionado, pueden percibir los límites de una relación de clientela cuando las exigencias van por salidas de largo plazo ordenadas alrededor del tema del empleo y no en la ayuda ocasional. Otra vez juega la idea del orden y el desorden y la estabilidad asociada a la idea

de buscar un cambio de la situación presente. En estas circunstancias aun para quienes apoyan el gobierno la política sigue siendo personalizada pero ya no se presta al juego de las identificaciones que signaron los primeros años de la década del 90. Fujimori no es más el “chino” o el “chinito” sino el presidente, alguien situado en el ejercicio del poder al que se percibe distante de las preocupaciones cotidianas de la mayoría.

El cambio de los términos en que se concibe la idea de ley y orden se acompaña con una sensación de límite, en la que las preocupaciones personales pueden vincularse o cobrar expresión simbólica en las transgresiones institucionales. Esta sensación de límite refiere en primer término a la falta de transparencia de las decisiones que tiene que ver con lo reducido del entorno presidencial: la cúpula de las Fuerzas Armadas, el asesor del Servicio de Inteligencia Vladimiro Montesinos y grupos de poder económico nacionales y extranjeros. La presencia de estos poderes fácticos podía no tener visibilidad en la primera etapa o hasta justificarse por las condiciones que atravesaba el país. En todo caso se mantenían en un segundo plano ante un presidente que supuestamente tomaba decisiones inevitables y técnicamente bien fundamentadas y donde la lucha contra la subversión justificaba la expansión de la “razón de estado” en temas que en un régimen democrático debían ser expuestos al debate público.

30

La representación se había convertido durante años en mera delegación pero quizás los que explicaron el proceso en estos términos, y el propio gobernante, no entendieron que esta misma delegación estaba expuesta a plazos difíciles de predecir pero no por ello menos vigentes. Si no se lo entendía así podía llegarse a un punto final donde trastabillaba la confianza incondicionada en la figura presidencial. La invocación a la razón técnica instrumental y a la razón de estado pierde sus potencialidades de persuasión. Por otra parte ya no puede usarse la técnica de la derivación a los errores del pasado o a la influencia todavía vigente de la clase política tradicional. La ocupación de toda la escena por parte de Fujimori y el reducido grupo de personas con los que dialoga lo situaron por un período prolongado en el centro de todos los logros pero ahora quizás lo coloca ante el vacío por no tener en quienes descargar errores porque los ministros, el congreso y la oposición no cuentan.

El éxito de la estrategia presidencial se convierte en una desventaja en una nueva coyuntura. El apoyo en los mandos militares comienza a ser más visible, o quizás advertido ese apoyo desde tiempo atrás juzgado ahora en términos más cuestionadores. Las invocaciones constantes sobre sus indispensables servicios traduce para sectores crecientes de la población en lugar de la extensión de merecidos reconocimientos, debilidad del presidente. El carácter reservado e imprevisto de algunas medidas ya no se considera un acto de ingenio y audacia propios de su imponderable iniciativa personal

sino atribuibles al carácter reservado y restringido de las decisiones. Se cayeron algunos de los puentes y accesos simbólicos al gobierno. Aun entre quienes apoyan a Fujimori existe la sensación que se está al margen.

Esta noción de límites se acentúa cuando se percibe que la falta de apego a normas constitucionales va unida al abuso personal. La destitución de tres miembros del Tribunal Constitucional, Manuel Aguirre Roca, Guillermo Rey Terry y Delia Revoredo concita un generalizado rechazo en la población. Grupos de sectores medios como colegios profesionales y estudiantes universitarios se movilizaron. No es el tema de este trabajo establecer el alcance de estas expresiones sociales. Basta anotar que introducen un nuevo estilo político de movimientos que aparecen durante fases limitadas, con reivindicaciones precisas, que no necesariamente buscan en una primera etapa su estructuración pero que salen a manifestar su disidencia en calles y plazas.

Esta vez los medios no crean la escena, están obligados a dar cuenta de actos que ocurren fuera de los eventos mediáticos. Las encuestas indican un estado de la opinión pública que estaba de acuerdo con el clima de protestas. Al margen del grado de conocimiento de las atribuciones del Tribunal Constitucional que tenían la mayoría de los ciudadanos existía la percepción generalizada que sus competencias tenían que ver con la fiscalización de los actos del presidente y del congreso. La idea de control va directamente asociada a esta noción de límite que parece ir ganando espacio en la ciudadanía. A ello se agrega la imagen que proyectaban los magistrados depuestos. No podían vincularseles ni a la clase política tradicional ni a los personeros del gobierno. Aparecían como gente respetable relativamente desprendida de las adscripciones sociales que generalmente se traducían explícita o implícitamente en cierta imagen de respetabilidad. Esta dimensión se percibe desde la idea del cumplimiento de deber, de hacer lo que le corresponda, que el ciudadano puede valorar positivamente al margen de la relación de distancia o cercanía que sienta respecto a las personas injustamente juzgadas.

Esta noción de límite llega finalmente a los propios medios. Un tema generalmente descuidado en los estudios de comunicación es la incidencia de las disputas de intereses y las presiones de distintos grupos económicos. Sigue siendo un punto que se presta a diversas conjeturas las razones por las que Baruch Ivcher, principal accionista de canal 2 decide que este medio pase de un apoyo entusiasta al gobierno a una oposición frontal. Sin embargo, la idea del abuso surge de la ausencia de fundamentación para despojarlo de ciudadanía argumentando supuestas irregularidades en la concesión de su carta, decisión tomada trece años antes. El pronunciamiento de las Fuerzas Armadas contra Ivcher al inicio de este proceso sin aportar argumentos sustantivos se asocia otra vez a la extensión desmesurada de lo que las cúpulas militares y Fujimori consideran secreto de estado.

Al margen de las razones que motivaron el distanciamiento entre Ivcher por un lado y el presidente y su entorno por el otro, por primera vez el poder de un medio tensa al extremo la capacidad de resistencia del gobierno. Una ex-agente del Servicio de Inteligencia, Leonor La Rosa denuncia el crimen de una colega y las torturas a las que ella misma ha sido sometida y probablemente con estas acusaciones salva su vida. Los ingresos del asesor del Servicio de Inteligencia, Vladimiro Montesinos cuyas fuentes no han sido justificadas expuestas otra vez en el programa periodístico "Contrapunto" atacan nuevamente lo central de las alianzas y presumiblemente de las ataduras de Fujimori. La interceptación generalizada de los teléfonos y la consiguiente intrusión en la privacidad de opositores y de miembros de las Fuerzas Armadas aunque a la mayoría de los ciudadanos no les afecte directamente, encuentra correspondencias en la inseguridad en que se encuentran en el plano económico. Las amenazas en distintos niveles terminan por conjugarse.

En el período que se extiende de mayo a diciembre de 1997 por primera vez desde el golpe de Estado de 1992 determinadas medidas que afectan la institucionalidad democrática y la libertad de expresión tienen efectos en los niveles de aprobación del presidente. En una encuesta de Apoyo de mayo de 1997 el 65% de los entrevistados rechazaba la destitución de los miembros del Tribunal Constitucional y en julio del mismo año el 87% manifestaba su disconformidad con el retiro de la nacionalidad de Baruch Ivcher y el 74% consideraba que esta medida debía entenderse como una amenaza a la libertad de prensa. En marzo la aprobación a la gestión del presidente es del 52%, en abril del 48%, en mayo del 47% y en junio desciende bruscamente al 34%, nivel que se mantiene con algunas oscilaciones hasta diciembre de 1997.

No existe en nuestras sociedades como ocurrió en Europa por lo menos hasta las recientes privatizaciones en algunos países, la idea de los medios como servicio público. Estos medios como se ha visto pueden producir acontecimientos, espectacularizar la política, debilitar lo que ella tiene de espacio deliberativo, convertir lo irrelevante en trascendente y quitarle virtualidad a un suceso importante por no incorporarlo o presentarlo con imágenes intencionadamente inocuas. Sin embargo, en algunas ocasiones más que otras, deben atender demandas de la sociedad entre ellos prestar orientaciones en momentos de incertidumbre y asumir funciones de otras instituciones: controlar como los partidos, fiscalizar como los parlamentos, juzgar como los jueces (Priess 1997).

Con frecuencia la intervención del periodista se basa en el establecimiento de una asimetría con el político entrevistado. El primero invoca las encuestas para dar cuenta de los desajustes o errores de la persona a la que interpela. Quien ha sido electo es cuestionado en su representación porque

quien interroga apela al recurso de invocar al “tribunal” de la opinión pública. Esta situación de la que por lo general el medio saca ventaja ocasionalmente le restringe el margen de maniobra. El episodio del Canal 2 y el descenso de la popularidad de Fujimori le quita protagonismo al presidente porque su aparición reiterada no se traduce en créditos políticos y si no es adecuadamente presentado transmite lo ya visto y conocido hasta el cansancio. Ahora tiene que hacer pronunciamientos más esporádicos y novedosos, presentarse en grandes eventos, generar noticias con mayor imaginación que en los años anteriores. Mientras tanto los medios no tienen otra alternativa que abrirse a otras corrientes de opinión, presentar denuncias que afecten en alguna medida al gobierno, exponer manifestaciones de protesta, cuidadosamente editadas pero no al nivel de neutralizar totalmente su efecto. La televisión debe aceptar un pluralismo limitado para no perder credibilidad. La afirmación de una postura proclive al oficialismo exige paradójicamente una distancia calculada respecto al gobierno, porque de no procederse así, van a crecer en audiencia los espacios opositores.

Mientras tanto Fujimori tiene que desplazarse de la escena de los medios evitando una reiterada presencia que produzca desgaste y por la necesidad de no hacer pronunciamientos directos en decisiones de gobierno cuya impopularidad conoce. Otros hablaron por él como en el caso de la destitución de los miembros del Tribunal Constitucional, las interceptaciones telefónicas, el asesinato y la tortura de la que fueron víctimas las que fueron integrantes del Servicio de Inteligencia Nacional, y los ingresos de Vladimiro Montesinos. Quienes opinaban pretendían ser voceros oficiosos y no representantes del presidente que quería sortear con el menor costo coyunturas en las que tenía que tomar decisiones sabiendo de antemano que ellas iban a tener consecuencias políticas desfavorables.

Sin embargo los argumentos expresados por congresistas y ministros repercutían en contra de Fujimori, lo situaban en el centro mismo de las expresiones extendidas de rechazo pese a sus intentos de salir por el costado. En todo caso podía seguir siendo el portador de “buenas noticias” anunciando proyectos del Ministerio de la Presidencia y sus entidades dependientes para atender situaciones de extrema pobreza, dando cuenta de la intervención atenta y efectiva para contrarrestar la devastación que pueden causar desastres naturales, informando de planes de vivienda para las clases medias y de previsiones para mejorar ingresos de los jubilados. Como se comenta con un poco de exageración en una columna del periódico oficialista “Expreso”, “a veces da la impresión que Fujimori quisiera parecerse le menos posible a su reforma”¹. En una nueva etapa los logros de un programa de estabilización no pueden ponerse en primer plano cuando la opinión pública comienza a reclamar un cambio.

1. Jaime de Althaus “Perdiendo el alma”, *Expreso*, 12 de diciembre de 1997.

8. NUEVOS ROSTROS EN LA POLÍTICA

En el proceso de estos últimos años comienzan a definirse liderazgos opositores al gobierno como el de Alberto Andrade que parece haber aprendido de los medios y del propio Fujimori. Andrade sitúa con naturalidad su mensaje dentro de las clases medias limeñas proyectando la preocupación por poner orden en la ciudad, por realizar obras, reubicaciones de vendedores, remodelaciones de plazas, rescate del centro de Lima, atención por la seguridad ciudadana, tareas que pretenden aparecer como el inicio de un nuevo tiempo para Lima. La astucia y la rapidez de reflejos del ciudadano se acompaña con la idea de una empeñada voluntad de trabajo, ampliando el campo de sus potenciales seguidores. Desde esta plataforma puede proyectarse a nivel nacional como alternativa de un cambio razonable, desdramatizado, del actual gobierno.

Frente al estilo de campaña electoral permanente de Fujimori que caracterizó su actuación en el período de 1992 a 1996 Andrade tiene un adecuado sentido del tiempo político que le dicta cuando aparecer o dejar que transcurran los acontecimientos sin su presencia o sus opiniones. Dialoga con los alcaldes pero se retira a tiempo si las críticas de algunas de ellos al gobierno pueden ir más lejos que el discurso que le interesa utilizar. Establece un liderazgo personalizado pero no rechaza la alianza con otros políticos que se presentan como independientes comprendiendo que ha llegado a su fin un estilo confrontacional con el que el presidente sacó en su momento ventajas políticas y del cual no puede y probablemente no quiere desprenderse aunque ahora puede jugar en su contra. Andrade no está obligado a tomar la iniciativa una vez fijada una imagen y situado favorablemente en las encuestas. Fujimori en cambio se encuentra compelido a actuar para despejar el camino a su reelección desacreditando eventuales contendores. Así, recorta atribuciones de los gobiernos provinciales para que ellos no se conviertan en recursos políticos, como la Ley de Habilitaciones Urbanas que regula las competencias sobre el uso del suelo y la expedición de títulos de propiedad, instrumento desde el que puede pensarse en asegurar lealtades clientelísticas.

Los medios muestran a un alcalde que toma con mesura las agresiones de la que es objeto, que mide los niveles de enfrentamiento que más le convienen en cada ocasión y que va desplegando una línea opositora siguiendo de cerca las encuestas de opinión pública y la presentación de los medios, lo que sugiere que recibe para ello asesoramiento profesional. La evaluación de la tarea de la alcaldía por parte de la población puede darle una inesperada ventaja, impensable en años anteriores. En efecto, las limitaciones que encuentra en su labor Andrade puede explicarlas por las restricciones impuestas por el gobierno. En cambio, los logros alcanzados atribuirlos a su capacidad de gestión a pesar de todos los obstáculos que se le han inter-

puesto. Las responsabilidades como alcalde de Lima le permite pasar por alto temas que pueden dividir el apoyo con el que por ahora cuenta. Así, evita hablar deliberadamente de economía lo que por ahora puede pensarse más como una carta a jugar que resultado de su indefinición o su falta de claridad, aunque haya un poco de las dos cosas. Tiene libertad de movimientos para el futuro en la que podrá criticar al presidente por la realización de una política inflexible que no se detiene en considerar costos sociales o señalar que el gobierno está incurriendo en excesos demagógicos y populistas o desplazarse de una a otra línea de cuestionamientos de acuerdo a las coyunturas. Tiene tiempo para actuar y comprende que no es el momento de arriesgarse.

Las políticas de ajuste hicieron desaparecer algunos actores sociales al mismo tiempo que han propiciado el surgimiento de otros que comienzan a reconocerse. Los movimientos locales han permitido el surgimiento de líderes capaces de promover paros cívicos en su zona de influencia como lo ocurrido en Chiclayo, Trujillo o Cerro de Pasco o movilizaciones exitosas procurando hacer llegar sus demandas al gobierno central como lo ha hecho el alcalde de Huancavelica, Federico Salas. En cierta medida el escenario de los acontecimientos se ha trasladado de Lima a las provincias, y si bien sigue predominando la influencia de los medios se abre un espacio para las protestas callejeras. Es improbable que en la situación actual las expresiones locales tomen alcance regional y nacional lo que sin embargo no le quita importancia al hecho del surgimiento de nuevos liderazgos esparcidos por el territorio del país que pueden contar con adhesiones estables de los ciudadanos.

La política tiene nuevos rostros, y el gobierno o figuras ya destacadas de oposición como Andrade, tienen que tomarlos en cuenta. Las alianzas pueden sustituir la cooptación en la medida que se fortalezcan los espacios locales, y la consecuencia probable es que progresivamente los nuevos alineamientos tengan estructuras flexibles pero no tan provisionales como en el período en que Fujimori parecía haber impuesto un estilo plebiscitario de relación con la sociedad. Puede surgir nuevas personalidades y movimientos que consigan fijar una imagen exitosa en los medios pero esta imagen no basta sin un despliegue de actividades por todo el país. En suma, la comunicación personal y la comunicación mediática redefinirán sus puntos de convergencia.

9. OBSERVACIONES FINALES

El gobierno afirma su alianza con la cúpula militar confiando contar con el apoyo de los organismos internacionales de crédito y de grupos económicos nacionales y extranjeros. Las políticas sociales focalizadas utilizadas

para captar voluntades tienen que ser sostenidas en el tiempo y cuidadosamente calculadas en su ejecución ya que no parecen generar adhesiones estables. Estan requieren de una renovación continua de vínculos que exige una atención permanente. Las opciones de Fujimori están atravesadas por múltiples tensiones, entre la continuación de su política económica y las crecientes demandas redistributivas, especialmente en el tema del empleo; entre la centralización de su gestión y la importancia que están tomando las reivindicaciones locales; entre la necesidad de intervenir con insistencia en los medios y el riesgo de saturar si persiste en un estilo que antes le diera considerables beneficios políticos.

Las tareas de prevención y luego el intento de afrontar directamente, con su intervención personal el Fenómeno del Niño le ha permitido sin embargo al titular del ejecutivo situarse nuevamente en un escenario privilegiado para su estilo de actuación. Otra vez puede dar la imagen de estar en todas partes a la vez cavando zanjas, ayudando en la construcción de un puente, o manejando un tractor. Este proceso quiere demostrar también a sus adversarios los riesgos del aislamiento político porque a los alcaldes opositores se les margina del cumplimiento de tareas en una situación de emergencia. Tomar en este plano opciones diferentes a la del gobierno supone una condena a la inacción. En momentos decisivos el referente que parece contar casi con exclusividad es el del Ejecutivo. La estrategia emprendida a partir del Niño procura consolidar el apoyo a Fujimori por dos razones: la eficacia de su tarea y al mismo tiempo la inutilidad o la irrelevancia de cualquier oposición. Por el lado del reconocimiento a la tarea del gobierno o por la incapacidad de plasmar otras alternativas, se amplía el espacio de la reelección presidencial.

Por otra parte se toman nuevas medidas que erosionan el Estado de Derecho, decisiones que por ser difíciles de entender en sus alcances no provocan una oposición ciudadana como en su oportunidad surgiera cuando la destitución de los miembros del Tribunal Constitucional. El gobierno provoca la renuncia del Consejo Nacional de la Magistratura al restringirle atribuciones en el nombramiento, evaluación y fiscalización de magistrados lo que conduce pocos días después a una nueva renuncia, esta vez de los miembros de la Academia de la Magistratura. Por presiones de un Poder Judicial controlado directamente por el gobierno piden asilo a Costa Rica el empresario Jaime Mur y luego su esposa Delia Revoredo, decana del Colegio de Abogados de Lima. Los costos políticos por esta medida son menores y daría la impresión que lo principal de la tarea de desmantelamiento de las instituciones no controladas por el presidente ha sido cumplida.

Los medios de comunicación le prestan poca atención a la política. Los públicos tienden a segmentarse, en un extremo los que acceden a la televisión por cable y en el otro los consumidores de la llamada prensa popular,

En los programas de la televisión nacional se desata una competencia entre canales cuyo centro son los “talk-shows” y noticias de la “farándula”. Basta señalar que el proceso instaura una agenda de temas en debate en que la conflictividad de las relaciones sociales es asumida desde la exposición de situaciones sin salida en los vínculos personales que son vistos desde los extremos de la violencia y de la marginación. Se presentan como si ésta fuera la única manera en que los sectores populares pudieran ganar espacios para expresarse y reconocerse. Al sustituir el debate por una confrontación exacerbada que se justifica y se agota en el mismo momento de su exhibición, la vida privada ingresa a lo público como patología social por lo que en lugar de ampliar el espacio de la política le hace perder asidero. Por otro lado los personajes públicos son seleccionados del reducido elenco de las estrellas de las telenovelas y otros artistas conocidos a los que se alude en uno y otro programa en referencias circulares. Tienden a ocupar todo el espacio en donde se generan mencnismos de identificación y distancia predominando sobre los demás referentes culturales, sociales y políticos que les permitiría a la gente formular opciones con flexibilidad y pluralismo. En parte esta situación se explica por la decadencia de las instituciones, desde las familiares a las políticas. En parte en este contexto de cuestionamiento general de las mediaciones se introduce una direccionalidad a la idea de participación en la vida pública.

No se trata, por supuesto, de una orientación propuesta por el gobierno pero contribuye a sus propósitos ya que redefine los puntos que tienen relevancia para el público y deja a los políticos fuera de lugar ya que sus relatos no se vinculan a este ambiente de espectacularización, de promoción de lo insólito o de la revelación de secretos que parece que fuera lo que finalmente contara como acontecimientos para organizar un debate. Por otra parte, en los periódicos de mayor tiraje de la prensa popular se ataca a los periodistas de oposición y se apoya explícitamente la acción del gobierno, esta vez si respondiendo a una intencionalidad del Ejecutivo y sus asesores de mantener el apoyo de los grupos de menores ingresos.

Finalmente, la extensión de la violencia social en el país comienza a ser una de las preocupaciones más sentidas de los ciudadanos. Un adecuado abordaje del problema requeriría atender dos dimensiones, la explicación de sus razones y las estrategias de represión. El eje se ha inclinado al tratamiento de esta último tema. Otra vez se presenta con extremo dramatismo el dilema de orden y caos y la necesidad de afirmar una autoridad con un amplio margen de acción libre de restricciones, escenario en el que Fujimori se mueve con particular soltura.

El autoritarismo político puede avanzar no sólo desmantelando instituciones sino generalizando el control social al superponer la lógica del go-

bierno con la lógica policial y procurando diluir los límites que separan a los transgresores de los disidentes.

Lima, febrero de 1998.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHACE, Gilles. "El marketing político". En Jean-Marc Ferry y otros, *El nuevo espacio público*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1992.

BALLÓN, Eduardo. "Fondos de compensación social: perspectiva comparativa en América Latina" (ms.), 1997.

CALDERÓN, Fernando y Alicia SZMUKLER. "La pobreza y las nuevas condiciones de desigualdad social". *Nueva Sociedad* 149. Caracas, 1997.

CARRIÓN, Julio. "La opinión pública bajo el primer gobierno de Fujimori ¿De identidades a intereses?". En Fernando Tuesta (ed.), *Los enigmas del poder. Fujimori 1990-1996*. Lima: Fundación Ebert, 1997.

38

CONNAGHAM, Catherine. "Vida pública en los tiempo de Alberto Fujimori". En Fernando Tuesta (ed.), *Los enigmas del poder. Fujimori 1990-1996*. Lima: Fundación Ebert, 1997.

COTLER, Julio. "Desborde popular, informalidad y los independientes" (ms.). Lima: IEP, 1996.

DADER, José Luis. "La personalización de la política". En Alejandro Muñoz y otros, *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUEDEMA, 1992a.

———. "La canalización o fijación de la 'agenda' por los medios". En Alejandro Muñoz y otros, *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUEDEMA, 1992b.

DEL REY MORATÓ, Javier. *Democracia y posmodernidad. Teoría general de la información y comunicación política*. Madrid: Universidad Complutense, 1996.

DEGREGORI, Carlos Iván. "El aprendiz de brujo y el curandero chino: etnicidad, modernidad y ciudadanía". En Carlos Iván Degregori y Romeo Grompone, *Demonios y redentores en el nuevo Perú*. Lima. IEP, 1991.

FORD, Aníbal. "Los medios, entre las coartadas del 'New Order'". En *Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Calandria, 1995.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1990.

———. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1996a.

- . “Ciudades y ciudadanos imaginados por los medios”. *Perfiles Latinoamericanos* 9. México: FLACSO, 1996b.
- GROMPONE, Romeo. “Representación política, partidos y escenarios futuros”. *Socialismo y Participación* 73. Lima: CEDEP, 1996.
- LÓPEZ, Sinesio. “Mediaciones políticas, democracia e interés público en el Perú de los 90”. Ponencia presentada al seminario Problemas en la gobernabilidad democrática: el caso peruano. Lima: IEP, 1996.
- MANIN, Bernard. “Metamorfosis de la representación”. En Mario Dos Santos (comp.), *¿De qué representación hablamos?* Caracas: Nueva Sociedad, 1992.
- MONZÓN, Cándido. “La espiral del silencio y la hipótesis del distanciamiento social”. En Muñoz y otros, *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUDEMA, 1992.
- NAIM, Moisés. “Latin America: The Second Stage Of Reform”. *Journal of Democracy* Vol. 5, N° 4. Johns Hopkins University Press, 1994.
- NAVARRO, Mario. “Democracia y reformas estructurales: explicaciones de la tolerancia popular al ajuste económico”. *Desarrollo Económico* 139. Buenos Aires, 1995.
- NELSON, Joan. *Intricate links: Democratization and market reforms in Latin America and Eastern Europe*. New Brunswick (USA): Transaction Publishers, 1994.
- NJAIM, Humberto. “Clientelismo, mercado y liderazgo partidista en América Latina”. *Nueva Sociedad* 145. Caracas, 1996.
- NOVARO, Marcos. “El liberalismo político y la cultura política popular”. *Nueva Sociedad* 159. Caracas, 1997.
- OLIART, Patricia. “Fujimori’s Popular Appeal”. *NACLA Report on The Americas*. Vol. XXX, No. 1, July-August, 1996.
- PEDRAGLIO, Santiago y Alberto ADRIANZÉN. “Municipios y programas sociales”. Lima: Grupo Propuesta, 1997.
- PRIESS, Frank. “La comunicación frente a la expansión de los los mercados-La comunicación pública una perspectiva alemana”. *Diálogos de la Comunicación* 49. Lima, 1997.
- SCHEDLER, Andreas. “Antipolitical-establishment parties”. *Party Politics* Vol. 2, No. 3, 1996.
- TANAKA, Martín. “Descubriendo la lógica de la reforma”. *Cuestión de Estado* 19. Lima: IDS, 1996.
- VERÓN, Eliseo. “Interfaces sobre la democracia audiovisual avanzada”. En Ferry y otros, *El nuevo espacio público*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1992.
- VILAS, Carlos. “De ambulancias, bomberos y policías”. *Desarrollo Económico* 144. Buenos Aires, 1997.

WOLTON, Dominique. “La comunicación política: construcción de un modelo”. En Ferry y otros, *El nuevo espacio público*. Barcelona: Ed. Gedisa, 1992.

WEYLAND, Kurt. “Neopopulismo y neoliberalismo en América Latina: afinidades inesperadas”. *Pretextos* 10. Lima: DESCO, 1997.

ZOLO, Danilo. *Democracia y complejidad. Un enfoque realista*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1994.