

temas y debates



Actual Acerca de ▾ Archivos Avisos Estadísticas

🔍 Buscar

Sobre la revista

>> [Consultar el último número de la revista](#)

TEMAS Y DEBATES es una publicación de periodicidad semestral editada por la [Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales](#) de la [Universidad Nacional de Rosario](#), Argentina. Su Comité Editorial se conforma de profesores de diferentes unidades académicas argentinas y del exterior.

Temas y Debates forma parte del Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas y de [Scielo](#). La publicación se encuentra indizada de acuerdo a los criterios de calidad editorial establecidos por el sistema Latindex ([CAICYT-CONICET](#)), habiendo obtenido un puntaje correspondiente al nivel 1 (nivel superior de excelencia). Forma parte, por tanto del Catálogo correspondiente, Folio 11766 (www.latindex.org). Además, la revista integra la Base de Datos [DIALNET](#) de la Universidad de La Rioja, España bajo el registro 12939, [Qualis B2](#) (Ciencia Política y Relaciones Internacionales) de Capes, Brasil, [Ebscohost Research Databases](#), la [Red Clacso](#), la plataforma [REDIB](#), [CLASE](#), la Red de Revistas FLACSO, DOAJ y LatinRev.

ISSN en línea: 1853-984X

ISSN impresa: 1666-0714

Número actual



TEMAS Y DEBATES is a half-yearly Journal published by the [Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales](#) of the [Universidad Nacional de Rosario](#). Its Academic Committee is integrated by professors of different Argentine academic units and from the outside.

Temas y Debates is part of the Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Basic Nucleous of Argentine Scientific Journals) and [Scielo](#). The publication was evaluated according to the criteria of publishing quality established by system Latindex ([CAICYT-CONICET](#)), having obtained level 1 (superior level of excellence), and it forms part of the corresponding Catalogue, Folio 11766 (www.latindex.org). The Journal is also included in [DIALNET](#) Universidad de La Rioja, Spain, nº 12.939. [Qualis B2](#) (Political Science and International Relations) by Capes, Brazil, [Ebscohost Research Databases](#), [Clacso](#), [REDIB](#), [CLASE](#), Red de Revistas FLACSO, DOAJ and LatinRev.

Dirigir correspondencia a:

TEMAS Y DEBATES, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario, Riobamba 250 Bis, Monoblock 1, Planta Baja, Secretaría de Investigación y Posgrado, 2000 Rosario, Argentina.

Contacto: temasydebates01@gmail.com

Twitter: twitter.com/revistaTyD



Plazo extendido de la convocatoria a dossier

---- 2023-02-23

Dossier: ¿Qué son, por qué ocurren y qué consecuencias tienen los estallidos sociales? Coordinadoras: Alicia Lissidini (UNSAM-UDELAR) y Yanina Welp (Albert Hirschman Centre on Democracy)
Nuevo plazo para la recepción de comunicaciones: 31 de julio de 2023 [Leer más](#) ⓘ

Número actual

Núm. 45 (2023)



Publicado: 2023-07-05



Convocatoria ordinaria para la recepción de colaboraciones

---- 2023-02-23

Envío de las colaboraciones por correo electrónico

---- 2021-05-24



Información

[Para lectores/as](#)

[Para autores/as](#)

[Para bibliotecarios/as](#)

Idioma

[Español \(España\)](#)

[English](#)

— [Artículos](#) —

Entre protagonismos, demandas y renovación. Análisis de las juventudes militantes de organizaciones político-partidarias en Resistencia, Chaco (2012-2017)

Marina Campusano, Francisco Nicolás Favieri

13-37



pdf

¿Capitalismo de Estado o pragmatismo de Estado? Los casos de Siderar-Techint, YPF y AySA durante los gobiernos kirchneristas en Argentina

Jonás Chaia De Bellis

39-64



pdf

La lógica del verdugueo: legitimación de la violencia por agentes penitenciarios del Servicio Penitenciario Bonaerense

Marina García Acevedo, Martín Hernán Di Marco

67-84



pdf

Comunicación política y estrategia electoral en la campaña de Donald Trump

José Abreu Colombri

87-103



pdf

Juventudes y democracia: representaciones juveniles en la campaña electoral televisiva de 1989 (Brasil y Argentina)

Dolores Rocca Rivarola

105-140



pdf

Expresiones políticas de los capitalistas industriales ante el plan económico estatal de Martínez de Hoz (1976-1981)

Palabras clave



Verónica Baudino

143-161



Reseñas

Ricardo Laleff Ilieff. Lo político y la derrota. Un contrapunto entre Antonio Gramsci y Carl Schmitt

Andrés Funes

165-168



[Ver todos los números](#) 



Platform &
workflow by
OJS / PKP

Entre protagonismos, demandas y renovación. Análisis de las juventudes militantes de organizaciones político-partidarias en Resistencia, Chaco (2012-2017)

Between Protagonism, Demands and Renewal. Analysis of the Militant Youth of Political Party Organizations in Resistencia, Chaco (2012-2017)

Marina Campusano y Francisco Nicolás Favieri

Marina Campusano es investigadora en el Instituto de Investigaciones Geohistóricas de la Universidad Nacional del Nordeste y del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina. E-mail: marinacampusano@gmail.com

Francisco Nicolás Favieri es investigador en la Universidad Nacional de San Juan, Argentina. E-mail: francisconfavieri@gmail.com

resumen

Desde la segunda mitad de los años dos mil, las juventudes fueron interpeladas por las organizaciones político-partidarias en un contexto que significó renovadas expresiones de militancia. Este proceso de revitalización en clave juvenil fue estudiado a nivel nacional con el énfasis puesto en los sentidos y valores asociados a la juventud y las formas de construcción sobre el compromiso militante. Desde un enfoque cualitativo, en este trabajo recuperamos las experiencias de jóvenes militantes de cuatro organizaciones político-partidarias de la ciudad de Resistencia, Chaco, con el objetivo de analizar sus formas de participación y demandas, a fin de identificar los procesos de inclusión y de posibles transformaciones hacia el interior de las agrupaciones.

Destacamos como principales hallazgos, por un lado, que el contexto de movilización juvenil tiene limitadas influencias en el caso de las organizaciones analizadas. Por otro lado, observamos que los procesos de revitalización que las juventudes militantes pueden movilizar dependen fuertemente de la relación entre la tradición de la organización en cuanto a su funcionamiento local-nacional y el papel de las élites del partido. Se sustenta, así, la imagen de una juventud que disputa posiciones y transformaciones internas en tanto demandas generacionales sobre las organizaciones más conservadoras frente a otras donde se ubican en espacios de mayor jerarquía.

palabras clave

juventudes / revitalización / Chaco / militancia / organización político-partidaria

summary

In the latter half of 2000, the youth were questioned by political party organizations in a context with renewed expressions of militancy. This youth revitalization process was studied at the national level with an emphasis about meanings and values associated with youth and the building forms of militancy commitment. From a qualitative approach, this paper recovers the militant youth experiences from four political party organizations in the city of Resistencia, Chaco (Argentina), with the aim of analyzing their forms of participation and demands in order to identify the processes of inclusion and possible transformations inside the organizations.

We highlight as main findings that the context of youth mobilization has limited influences in the case of the organizations analyzed, and the revitalization processes that militant youth can mobilize are strongly dependent on the relationship between traditional ways of the organization in terms of local-national performances and the role of party elites. This supports the image of a youth that disputes positions and internal transformations as generational demands on the most conservative organizations compared to others where they are located in higher hierarchical spaces.

keywords

youth / revitalization / Chaco / militancy / political party organization

1. Introducción

En Argentina, la vuelta de la democracia en 1983 fue señalada como el inicio de un período de revitalización que impulsó la participación política de la sociedad en general y, en particular, convocó a las juventudes a ser protagonistas durante ese proceso (Braslavsky, 1986; Muiño, 2011; Rodríguez, 2013). A finales de los años ochenta y durante los noventa, la participación juvenil perdió impulso e importancia en las organizaciones político-partidarias de la época (Balardini, 2005; Urresti, 2000).

Sin embargo, desde los años dos mil, diversos estudios se propusieron investigar y reflejar la activa participación política juvenil en espacios no tradicionales, como en Organizaciones no gubernamentales (ONG), movimientos sociales, culturales, estudiantiles, piqueteros y de desocupados (Svampa, 1991; Chaves, 2009; Nuñez, 2008; Vommaro y Vázquez, 2008; Bonvillani *et al.*, 2008; Vázquez, 2009; Beltrán y Malagamba Otegui, 2010; Chaves y Nuñez, 2012; entre otros). Los resultados demostraron que las personas jóvenes encontraron nuevos espacios de participación en los que expresar sus proyectos futuros.

Desde la segunda mitad de los años dos mil, y en un contexto de recuperación económica y estabilidad política, las organizaciones político-partidarias y sindicales comenzaron a convocar a las juventudes a la política en sus espacios. Los estudios caracterizaron estos procesos como de reencantamiento y revitalización (Grandinetti, 2015; Vázquez, 2013 y 2014; Natalucci y Galimberti, 2014; Wolanski, 2016), así como de politización de las juventudes (Vommaro, 2015). En este marco, se evidenciaba el surgimiento de nuevas organizaciones juveniles y renovadas expresiones de militancia (Molinari, 2012; Nuñez y Cozachcow, 2016; Mutuverría, 2016).

En este artículo, nos referimos a la revitalización en clave juvenil como aquellos procesos en que la participación de las juventudes genera transformaciones en la conformación de las agendas, las formas de organización y en la distribución del poder político de las organizaciones político-partidarias. En ese sentido, sostenemos que existen ciertas demandas generacionales que se traslucen en términos de revitalización, tal como ocurre, por ejemplo, con las problemáticas de género, la inclusión de diversidades y disidencias sexuales, las temáticas ambientales y ecológicas, por nombrar solo algunas.

A nivel nacional, los estudios de Vázquez (2013 y 2014), Vázquez *et al.* (2017), Vázquez y Vommaro (2012), Grandinetti (2015 y 2018) y Vázquez y Cozachcow (2017) permitieron identificar ciclos de la movilización juvenil respecto del pasado reciente, al dar cuenta de nuevos sentidos y valores asociados con la juventud, en tanto categoría política y causa pública, y en vinculación con la construcción de los compromisos militantes. Mediante la recuperación de estos aportes, advertimos que las transformaciones de las dinámicas internas de las agrupaciones han sido poco exploradas y la mayoría de estos estudios se han concentrado en Buenos Aires, aunque podemos destacar algunos aportes que retoman el estudio de estos procesos de militancia en contextos provinciales (Berardi Spairani, 2018; Mutuverría, 2017; Campusano, 2019; Cozachcow, 2020).

En esta línea, avanzamos desde un enfoque cualitativo sobre el estudio de la militancia juvenil a partir de los relatos de jóvenes, surgidos de entrevistas semiestructuradas.¹ Nuestro análisis, hacia el interior de las organizaciones, atenderá dimensiones como las formas de reclutamiento, los repertorios de acción, los mecanismos de participación y la construcción de carreras políticas. Tendrá el objetivo de identificar los procesos de transformación que acompañan las juventudes militantes en cuatro organizaciones político-partidarias en la provincia del Chaco: la Juventud de la Unión Cívica Radical (JR), el Partido Obrero (PO), Acción Chaqueña (ACHA) y La Cámpora (LC) de la ciudad de Resistencia (Argentina).

Es así que nos preguntamos en este artículo: ¿en qué medida las demandas que se reconocen como generacionales son recuperadas por las organizaciones político-partidarias? ¿Cómo es la dinámica de la participación de las juventudes en esos contextos? Por último, ¿de qué manera inciden en la estructura interna de sus organizaciones? Nuestro supuesto de trabajo sostiene que la participación de las juventudes en las organizaciones político-partidarias puede, por un lado, constituirse como una expresión de adaptación estratégica del partido a la coyuntura. Por otro, representa una posibilidad de transformación de la organización por la inclusión de nuevos temas de agenda y la renovación del nivel dirigenal impulsada por las personas jóvenes en estos espacios.

Este artículo se organiza en tres partes. En la primera, nos referimos a las características de la provincia del Chaco en general y, con mayor énfasis, a las de la ciudad de Resistencia, en tanto marco de acción de las agrupaciones. A su vez, brindamos algunos elementos para comprender el contexto de revitalización partidaria en clave juvenil.

En la segunda parte, desplegamos el análisis de acuerdo con dos ejes. En el primero, nos referimos a la *participación*. Para ello, atendemos, por un lado, a las formas en que los y las jóvenes pudieron lograr posiciones de mayor relevancia en relación con cada agrupación. Por otro lado, indagamos en los movimientos que las mujeres militantes llevaron adelante en línea con el reclamo generacional de los colectivos feministas. En el segundo eje, nos detenemos en las formas de *ser joven* en las agrupaciones, en los lugares asignados a las juventudes militantes y en los momentos en que estas nociones comenzaron a generar disputas de sentido. En la última parte, desarrollamos las reflexiones finales, donde indicamos los principales hallazgos, dificultades encontradas y nuevas problematizaciones.

2. El escenario chaqueño

La provincia de Chaco integra la región nordeste del país. Se caracteriza por niveles altos y persistentes de pobreza y desigualdad. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), en Gran Resistencia, para el primer semestre de 2017 (período en el que se realizaron las entrevistas), el 34,7% de la población tenía ingresos inferiores a la línea de pobreza, cifra que resulta mayor que el 28,6% del promedio del país (Benza y Heredia, 2020). Esta situación afecta principalmente a los sectores populares, donde se concentra el mayor grado de

trabajo precario y, por extensión, les genera menores oportunidades para alcanzar niveles adecuados de vida.

En lo que respecta a su vida política, desde la provincialización en 1951, la gobernación alternó entre el Partido Justicialista (PJ), el partido local ACHA y la Unión Cívica Radical (UCR) hasta 2007, año en que el PJ gana las elecciones provinciales y se mantiene hasta la actualidad. De esta manera, se fortaleció un sistema político concentrado en dos grandes fuerzas tradicionales, como la UCR y el PJ, las cuales lideran los dos frentes electorales sobre los que gravita el resto de los partidos.

Otro aspecto a destacar del escenario político chaqueño es la importante presencia de movimientos y agrupaciones sociales que tienen una gran incidencia en las decisiones de la política local. Román (2016) remarca dos rasgos diferenciales. Por un lado, observa la participación mayoritaria de militantes sindicales (de la construcción, la docencia y la administración pública), lo cual indica presencia y vinculación entre distintos sectores (públicos y privados). Por otro, destaca el empleo de una metodología de acción directa que da lugar a una oposición frontal de estos grupos ante los gobiernos de turno y los enfrenta con frecuencia a las fuerzas de seguridad, lo que deriva en piquetes, marchas y protestas. Estas características los convierten en actores de gran presión, con quienes los funcionarios, funcionarias y líderes políticos tienen que negociar de manera estratégica. Ello ha contribuido al fortalecimiento de una dinámica política provincial intensa y fluctuante que conjuga el accionar de diversos actores sociales y políticos.

A su vez, cabe señalar que para este período observamos un crecimiento de la presencia de jóvenes en el escenario político local, con la llegada de organizaciones juveniles, especialmente dentro del arco “kirchnerista”. Destacamos el surgimiento de organizaciones nacionales y sus ramas juveniles, como La Cámpora, Movimiento Evita, Descamisados, Kolina, Peronismo Militante, al igual que la aparición de los grupos de jóvenes de los partidos emergentes como Jóvenes de Propuesta Republicana (JPRO), entre otras.

Entre las organizaciones que retomamos, contamos con La Cámpora, que se conforma en la provincia alrededor del año 2008, y en sus inicios agrupó organizaciones peronistas, kirchneristas locales y vinculadas a movimientos nacionales. Los referentes de cada organización formaban una mesa de conducción política a través de la cual tomaban las definiciones en el territorio local. Hacia 2015, la responsabilidad política se centralizó en Rodrigo Ocampo.² La organización forma parte del frente político que, en el momento del trabajo de campo, estaba vinculada a gestiones de gobierno nacional, provincial y municipal en relación con el PJ.

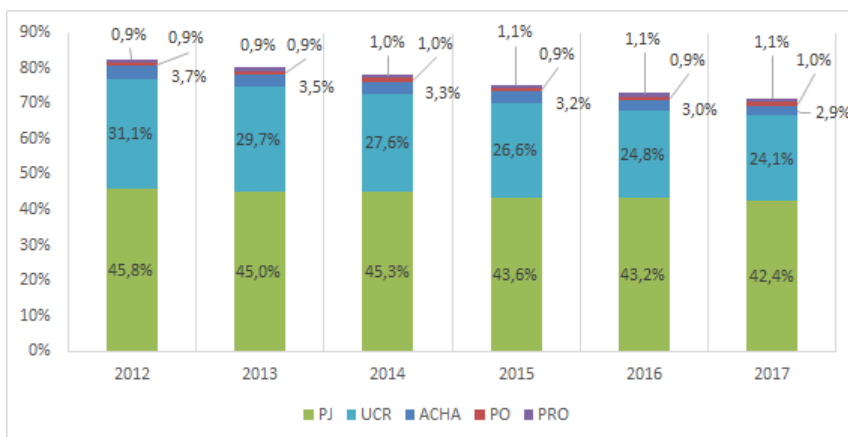
Además, retomamos el caso de la Juventud Radical, rama de uno de los partidos históricos de la provincia, la UCR. Al momento del trabajo de campo, existían tres líneas internas. Convergencia Social es la que presenta más años de trayectoria y está liderada por el exgobernador Ángel Rozas. Somos Parte surge en 2011, encabezada por el exgobernador Roy Nikisch y, finalmente, Nuevo Espacio Abierto, conducido por la exintendente de Resistencia Aída Ayala, nace de una división en 2012.

Otra de las organizaciones con las que trabajamos es el Partido Obrero, presente en la provincia desde 1989. Se trata de un partido de izquierda más pequeño que, aunque se consolidó como tercera fuerza provincial, lo hizo con un caudal de votos mucho menor en comparación con el radicalismo y el peronismo. En cuanto a su estructura, si bien no integra el aparato estatal, se encuentra vinculado con organismos nacionales e internacionales a través de los cuales gestiona proyectos sociales de distintos tipos (habitacional, educativo, alimentario).

Finalmente, retomamos casos de algunas militantes de Acción Chaqueña, un partido conservador de derecha que está en declive desde que perdió la gobernación en 1996, tras lo cual se redujo en cantidad de miembros y recursos. El partido se ha mantenido activo a través de su integración en los frentes electorales de manera alternada con las dos principales fuerzas. En las elecciones de 2003, formó parte del Frente de Todos, que llevó a Roy Nikisch a la gobernación, hasta las elecciones de 2011, cuando abandona el frente radical para pasarse al Frente Chaco Merece Más, liderado por el PJ.

Según datos de la Cámara Nacional Electoral, para el período analizado (2012-2017), las organizaciones político-partidarias con mayor cantidad de afiliados son el PJ, con valores que promedian el 44%, y la UCR, con el 27%. Entre ambos concentran a más del 70% de las personas afiliadas a un partido en Chaco. En tercer lugar, encontramos a ACHA, con una representación del 3% promedio (ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Personas afiliadas de ACHA, PO, PJ, PRO y UCR según total de personas afiliadas en distrito. Distrito electoral Chaco. Años 2012-2017. Valores relativos.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Cámara Nacional Electoral de Argentina. *Las siglas refieren a los siguientes partidos: ACHA (Acción Chaqueña); PO (Partido Obrero); PJ (Partido Justicialista); PRO (Propuesta Republicana) y UCR (Unión Cívica Radical).

En el cuarto lugar, y con un valor promedio del 0,7%, encontramos al PRO, una de las alternativas emergentes de los últimos años en el panorama electoral chaqueño, seguido por el histórico PO, con un promedio similar de participación. En términos generales, podemos destacar un descenso paulatino con respecto a las afiliaciones entre 2012 y 2017, con variaciones positivas para el PRO y el PO en 2014, al tiempo que observamos una apertura de las organizaciones político-partidarias hacia las juventudes, en línea con el contexto nacional.

3. Las juventudes en las transformaciones de las organizaciones político-partidarias

3.1. Participación

Las discusiones en términos de revitalización nos permiten considerar y proponer en el estudio de las organizaciones político-partidarias algunos elementos para abordar los procesos de transformación que generan la participación e inclusión de jóvenes a la política. Para ello, es preciso considerar sus formas de participación hacia el interior de los espacios donde se ponen en relación aspectos como la distribución del trabajo y poder político, la formación y entrenamiento militante, las relaciones entre militantes y dirigentes, las formas de proyección de carreras políticas en cada espacio de acuerdo con la posición en el escenario político provincial, sus figuras, estructuras y recursos.

De esta manera, en las siguientes páginas retomaremos, por un lado, las acciones que llevan adelante las personas jóvenes en roles de mayor visibilidad y responsabilidad, en tanto representan uno de los abordajes para analizar la forma de proyección de una carrera política posible para las juventudes. Por otro, recuperamos las demandas que surgieron en términos de género hacia el interior de algunas agrupaciones, las cuales, entendemos, se enmarcan en un contexto de movilización de colectivos de mujeres que se traducen en reclamos de inclusión, de revisión de prácticas machistas y que se reconocen en términos generacionales.

3.1.1. Protagonismo juvenil

En este escrito, entendemos por protagonismo la exposición que genera ocupar roles de mayor relevancia y reconocimiento hacia el interior de las organizaciones. Entendemos que todas las personas no militan por igual y que, a su vez, existe una jerarquía interna que señala posiciones de mayor alcance. Esto tiene sus matices de acuerdo con las características de las organizaciones, sus trayectorias, estructuras, cantidad de militantes y vinculación con las gestiones de gobierno y sectores económicos y sociales, que influyen en la forma de ofrecer roles relevantes a las y los jóvenes. En adelante, nos detendremos en los mecanismos a través de los cuales las y los militantes acceden a posiciones de mayor influencia, y daremos cuenta de cómo se dan estos procesos de acuerdo con los rasgos de cada organización, sus obstáculos y logros.

En el caso de LC, a pesar de no estar incluida orgánicamente en el PJ, desde su creación, sus integrantes fueron vinculados a las estructuras electivas y de gestión del Estado. Pertenece al espacio que se encontraba al frente del gobierno –nacio-

nal, provincial y municipal–, y presentaba integrantes que ocupaban posiciones de mayor protagonismo en gestiones gubernamentales. Es así como podemos comprender este aspecto en tanto elemento revitalizador de las élites partidarias, que, en el caso del Chaco antes de su emergencia, se cerraba a los grupos de mayor trayectoria que privilegiaban el acceso de actores pertenecientes o apadrinados por sectores del propio partido, antes que a jóvenes de agrupaciones emergentes (LC).

De acuerdo con las entrevistas, los nombramientos para ocupar posiciones orgánicas o de mayor responsabilidad en cargos de gestión las realizaban los integrantes de la mesa de conducción, compuesta por los y las responsables de cada Secretaría y el responsable político a nivel local. Por su parte, la incorporación en alguna de las listas se definía a nivel nacional, e involucraba a las conducciones tanto provinciales como a nivel nacional, junto a la expresidenta Cristina Fernández.

A su vez, el privilegio de ocupar posiciones de responsabilidad en las estructuras del Estado representaba mayores oportunidades para vincularse con ámbitos influyentes tanto locales como internacionales a nivel empresarial, político y social. LC, durante los gobiernos de Cristina Fernández (2007-2015), estuvo vinculada al desarrollo e implementación de programas y políticas públicas nacionales, donde sus integrantes se involucraron en el trabajo desde el Estado.

En el Chaco, y especialmente en la ciudad de Resistencia, al ser la capital y centro político, social, económico y administrativo, evidenciamos la vinculación de jóvenes provenientes no solo de LC sino también de las diversas agrupaciones del espectro kirchnerista. Estaban presentes en los Ministerios y sus dependencias, y llevaban adelante lo que denominaban la “territorialización de las políticas públicas” nacionales.

En la provincia se centralizó en la Oficina de Empleo –dependiente de la Subsecretaría de Empleo y Trabajo–, donde se desempeñaban algunos de sus referentes en la coordinación de programas. Los principales fueron el Programa Jóvenes con Más y Mejor Trabajo, el Programa Conectar Igualdad –junto al Ministerio de Educación– y las becas PRO.GRE.SAR, con ANSES. En conjunto, no se trató solo de una mayor presencia de jóvenes, sino de la vinculación con proyectos y áreas que afectan a los sectores juveniles.

A su vez, la presencia juvenil también llegó a las listas de candidatos en posiciones expectantes, como fueron los casos de Lucila Masín como candidata a diputada nacional en 2015 y Rodrigo Ocampo como concejal para el municipio de Resistencia, además de alrededor de diez precandidatos y candidatas que LC logró sumar a las listas para las elecciones de las Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO) de 2015 (*Diario Chaco*, 05/04/2015). Cabe destacar que la inclusión de referentes de la juventud en el peronismo no solo se dio con el caso de LC, sino que también observamos la incorporación de referentes de la Juventud Peronista en cargos de gestión, como fue el caso de Rodrigo Ayala, quien asumió en 2015 como subsecretario de Gobierno, y de Marcos Vignau, que se desempeñó como subsecretario de Juventud del gabinete provincial de Domingo Peppo.

Por su parte, la trayectoria de la UCR en la provincia se ve reflejada en la presencia que tiene la fuerza en todos los municipios, aspecto que aseguró la confor-

mación y fortalecimiento de una estructura partidaria provincial con influencia y acceso al aparato estatal. Internamente, una de las características que los y las militantes radicales resaltan de su partido es el respeto a la institucionalidad, reflejado en la conformación de cada una de las líneas de acuerdo con la orgánica nacional.

La Juventud Radical es una de las ramas del partido reconocidas por la carta orgánica, con “representación partidaria ante todos los organismos del partido por delegados con voz y voto” (UCR, 2014: 3). Se disputa a nivel interno la representación juvenil con la agrupación que nuclea la militancia universitaria, Franja Morada, también reconocida en la orgánica interna, la cual tiene representación en las distintas convenciones y comités, en menor número que la Juventud Radical, pero también con voz y voto.

Las posiciones en el Estado –electivas y de gestión– se presentan como posibles espacios para el planeamiento de una carrera política, aspecto que es conocido por sus militantes. En efecto, las entrevistas revelaron que las y los jóvenes proyectaban su mirada en ese sentido, y dan cuenta de que para comenzar a encaminarse en ese trayecto precisaban demostrar ciertas cualidades que se reconocieran a nivel colectivo –con su trabajo cotidiano, por ejemplo–, ya sea dentro o fuera del partido, en actividades políticas, sean partidarias o no.

A su vez, es necesario el reconocimiento de actores estratégicos, y así se apela a vínculos y contactos con referentes de primeras líneas o intermedias. Una característica que presenta este espacio político en particular es una mayor continuidad familiar, en comparación con otras fuerzas políticas. Aquí, la familia funciona no solo como vínculo y forma de conocimiento del espacio, sino como soporte de socialización política que acompaña la militancia. Por este motivo, afirmamos que la proyección de la carrera política en estos casos se encuentra apoyada en las conexiones que el vínculo familiar pueda proporcionar.

Estos rasgos hicieron que la intervención e inclusión de las y los militantes jóvenes en posiciones más importantes fuese limitada, al ser destinados por excelencia a las actividades territoriales electorales, donde se plegaron a lo que disponían los sectores dirigenciales mayores de cada línea. Basta con revisar las listas de candidatos de las elecciones de 2015 y 2017, donde la presencia de integrantes de la Juventud fue nula, a pesar de que en la Convención Provincial de 2014 se había aprobado incluir en la carta orgánica provincial que el 30% de los cargos electivos y partidarios debían ser ocupados por jóvenes (Pellegrini, 10/08/2018).

Como parte de la investigación de la que se desprende este trabajo, realizamos una encuesta a militantes de las distintas organizaciones y, de acuerdo con ellas, observamos que la presencia de jóvenes en dependencias administrativas del gobierno municipal representa un porcentaje de importancia³ y se corresponde con los períodos en que Aída Ayala era intendenta de la ciudad de Resistencia. Entonces, la inclusión de las personas jóvenes del radicalismo en el Estado se vincula a cargos administrativos más que a posiciones de coordinación, o al frente de áreas de gobierno que puedan generar vinculaciones con otros sectores.

En el PO, la actividad de la rama juvenil se concentraba en los centros estudiantiles –universitarios y de institutos terciarios– en los que tenían presencia sus

militantes, por lo que su militancia estaba atravesada por lo *estudiantil* desde el Frente Estudiantil. Sin embargo, como se trata de un partido donde la cantidad de sus integrantes no es numerosa y cuyo rasgo principal era ser trabajador y trabajadora, la participación se dividía en los ámbitos como el Polo Obrero, Plenario de Trabajadoras y Tribuna Docente, lo cual consolidaba el rasgo *sindical* en el perfil de sus militantes.

El partido estaba vinculado con distintas organizaciones a través de las cuales se gestionaban y se participaba en programas de vivienda, educativos y de alimentación. Algunas de las posiciones de mayor protagonismo que la agrupación podía ofrecer estaban vinculadas con la coordinación de tales proyectos, que podían representar cargos rentados.

Asimismo, se trata de un partido que, como tal, participa de las distintas contiendas electorales mediante la presentación de su lista de candidatos y candidatas. Uno de los aspectos que resaltan del hecho de ser una agrupación pequeña es que todos y todas tenían la posibilidad de estar en las listas. No obstante, no se constituía en una oportunidad que se pudiera concretar efectivamente, dada la limitada cantidad de votos que registraba en comparación con los frentes que lideran las fuerzas mayoritarias. Es por ello que ser candidato y candidata representaba un reconocimiento simbólico. Sin embargo, permitía una mayor visibilidad si se considera la publicidad que permiten las campañas en medios de comunicación.

Aurelio Díaz, una de las figuras más importantes del partido y actual diputado provincial, explicaba que las aspiraciones en el PO se diferencian de las otras agrupaciones porque las metas no estaban direccionadas hacia la obtención de cargos electivos sino que el partido forma a sus militantes en elementos ideológicos y filosóficos que organizan su militancia en el territorio e internamente: “con un objetivo en común, nunca se les ofrece nada, se les da los elementos ideológicos, el programa y después cosas concretas, cuando vas a un barrio, vas con la valijita del periódico, discutís con los vecinos” (Entrevista realizada el 25 de febrero de 2017). La formación y militancia en la agrupación entonces está centrada en la discusión de demandas principalmente laborales –estudiantiles, ambientales, de género, entre otras– y su movilización en el territorio, en articulación con distintas organizaciones sociales.

A su vez, en las entrevistas las y los militantes del PO manifestaron que en el futuro se veían como referentes sindicales, se proyectaban vinculados al partido y acompañando las demandas en cada uno de los sectores laborales que integraran. Es en ese sentido que consideramos que la formación y militancia en el partido contribuye al fortalecimiento del rasgo *sindical* de sus militantes.

Mientras tanto, ACHA se encontraba en una situación muy limitada en relación con los recursos, la vinculación a sectores sociales y las fuerzas políticas que permitieran la proyección de sus integrantes. Es una agrupación minoritaria de cuño conservador creada por el exgobernador de facto de la última dictadura militar, Ruiz Palacios, que acompañaba las listas del justicialismo al integrar desde el 2007 el frente Chaco Merece Más. Las formas de reclutamiento del partido eran escasas. En general, la vinculación se daba por continuidad familiar y a través de

las redes que establecían los mediadores en los distintos barrios, principalmente en la ciudad de Barranqueras.⁴

Los capitales con los que el partido negociaba recursos con las otras fuerzas eran, por un lado, su cantidad de adherentes (ocupaba el tercer lugar en la provincia con 10.418 afiliados)⁵, suma que heredó de su mejor etapa, cuando al poco tiempo de su fundación en 1988 logró la intendencia de Resistencia –que mantuvo por tres períodos– y en 1991 llegó a la gobernación. Por otro, ofrecía a los frentes el trabajo político de sus militantes para las campañas electorales, actividades destinadas principalmente a la juventud.

De esta manera, la actividad del partido se concentraba en las temporadas de elecciones, y dependiendo de los resultados podía obtener participación en programas de becas y/o negociar algunas plazas en la administración pública. Las formas de proyección de sus militantes jóvenes, entonces, se encontraban en primera instancia ligadas al origen (o suerte) familiar que los posicionaba desde el comienzo. A su vez, las campañas electorales posibilitaban tanto una red de vinculaciones, como el aprendizaje y formación cercana a dirigentes mayores, que les permitía la obtención de alguna de las becas o posibilidades de un trabajo administrativo más estable en el Estado.

En resumen, observamos que las organizaciones político-partidarias más flexibles en la incorporación de las juventudes con participación activa en roles de importancia en la organización interna y en los diferentes espacios de influencia (Estado, espacios educativos y laborales) se corresponden con LC, en vinculación con el PJ, y el PO. La principal diferencia es que, en el primero, como organización que se encontraba en el gobierno provincial y de la ciudad, lo hizo a nivel estatal, mientras que el PO se concentró en espacios educativos y laborales, destacando el componente estudiantil y sindical que identificaba a esta organización.

De manera transversal a las distintas organizaciones, podemos identificar que el trabajo político durante las campañas electorales en el territorio se concentró en las juventudes, que se volvió la actividad central para los y las militantes de la JR y ACHA. Para el primero, destacamos una participación consolidada de las juventudes en los términos formales de organización, que apunta al Estado como área de influencia, aunque no al mismo nivel que LC. Incluso, la elección de dirigentes estudiantiles por Franja Morada es filtrada por la élite dirigente de UCR, aspecto de formalidad que limita la expresión de sentidos emergentes en este colectivo. Por su parte, ACHA, como partido provincial, continúa una tradición de alcance familiar que se suma al declive del partido, que restringe la incorporación de otras juventudes que no tengan relación consanguínea con la élite partidaria. A su vez, sus funciones se reducen a cuestiones administrativas.

Es de destacar que tanto las y los jóvenes de LC como de la UCR y ACHA proyectan la realización de una carrera política que tiene como destino los espacios que la profesión política contempla (cargos electivos, funcionarios y funcionarias estatales, dirigentes partidarios). A su vez, las organizaciones en mayor o menor medida las y los incluyen conforme con la coyuntura y bajo un estricto control de las élites dirigentes de cada partido, aspecto que para UCR y ACHA limita la in-

clusión de jóvenes en posiciones de mayor protagonismo. De esta forma, destacamos para el caso LC que la distribución del poder político hacia las y los militantes más jóvenes se presenta con mayor posibilidad, aunque de manera emergente, es decir “por afuera” del partido. Entonces, la incorporación de las juventudes en funciones públicas se asocia fuertemente a la gestión de las problemáticas juveniles que el Estado responde para esta franja mediante políticas sociales (planes de empleo, becas de estudio y acceso).

3.1.2. *El género en agenda*

Los colectivos de mujeres en los últimos años cobraron mayor visibilidad y protagonismo hacia el interior de las fuerzas políticas, articulando demandas por mayor participación e igualdad, en línea con la expansión del movimiento feminista. No obstante, para el período analizado, si bien las temáticas de género se encontraban en agenda y eran parte de demandas públicas, las entrevistas daban cuenta de instancias iniciáticas en las agrupaciones de la ciudad de Resistencia, momento de emergencia de las tensiones e identificación de las resistencias y obstáculos que las militantes mujeres jóvenes enfrentaban al querer modificar las prácticas internas en estructuras que se les presentaban como conservadoras. En adelante, recuperamos las discusiones y movimientos que las mujeres jóvenes comenzaron a generar hacia el interior de las agrupaciones como una manera de dar cuenta de nuevas formas de inscribir su participación, movilizar aperturas y generar cambios en las estructuras partidarias.

Es preciso comprender que en la provincia del Chaco el contexto de demandas de género se instaló desde 2015, con las marchas del movimiento #NiUnaMenos en contra de la violencia machista, escenario que se profundizó con la realización del 36° Encuentro Nacional de Mujeres (ENM). Tuvo lugar en octubre de 2017 en la ciudad de Resistencia, donde asistieron aproximadamente más de 60 mil mujeres de todo el país. Es por ello que hablamos de un momento iniciático, que no fue igual para todas las agrupaciones. Observamos que en los casos de LC y el PO eran más frecuentes las discusiones en torno a las problemáticas de género y se daban de forma más natural, enmarcadas en organizaciones propiamente de mujeres como el Plenario de Trabajadoras (PO) y el Frente de Mujeres (LC). Por su parte, en la JR, si bien no había un marco colectivo que habilitara esas discusiones, advertimos posiciones individuales de algunas militantes, y en ACHA, por último, no se observan planteos en esa dirección.⁶

La organización del ENM fue un momento importante a partir del cual emergieron algunos “ruidos” y se revelaron para las militantes contradicciones en las estructuras partidarias que afectaban a las mujeres de manera diferencial. Demandó la conformación de una Comisión Organizadora que exigió un importante trabajo conjunto entre las representantes de distintos sectores políticos y sociales, lo que llevó en ocasiones a intensos debates. Las jóvenes entrevistadas destacaron que organizar el Encuentro significó una disputa por visibilizar las agrupaciones de pertenencia y capitalizar el evento para cada sector involucrado. A su vez, rescataron el aprendizaje de la política a un nivel más amplio, tras las confrontaciones

y discusiones constantes para lograr acuerdos según una dinámica de trabajo que exponía las diferencias en la forma de organizarse y de tomar las decisiones de cada espacio. Como explicaba Elisa⁷, “no era lo mismo para una [mujer] que participaba por una ONG o de manera independiente, que las mujeres de los partidos, tiene otra lógica de trabajo y de decidir” (Entrevista realizada el 12 de diciembre de 2017).

Asimismo, la experiencia del Encuentro dejó escenas que mostraron, por ejemplo, las tensiones que demandaba la obediencia a ciertas normas implícitas de conducta de la agrupación, como explica Laura (LC):

hay ciertas pautas de conducta, no podemos tomar con la remera, fumar un fásito, porque tenemos todos los medios encima, tenemos prohibido hacer esas cosas. En el Encuentro había compañeras que estaban tomando una birra y tenían la remera, habría que ver en qué proceso están las compañeras, porque hay cosas que sabemos que no podemos hacer porque hay una línea de comunicación (Entrevista realizada el 9 de junio de 2017).

Algunas militantes también recordaron el caso de la discusión de un grupo de jóvenes de LC que querían marchar “en tetas” en la columna de la agrupación, iniciativa que también se oponía a las normas. Al no encontrar acuerdo, el grupo de militantes decidió ir a la marcha por fuera de la columna de LC. Estas normas no están escritas, pero son de conocimiento general y se actualizan de acuerdo con las situaciones específicas, al impartir una moral militante de conducta que establece un deber ser que para las mujeres se revela con mayor énfasis.

La participación en este tipo de experiencias, en un contexto de evidente movilización en temáticas de género, tuvo impacto en los procesos de politización y subjetivación política de las mujeres que, hacia el interior de las organizaciones, iniciaron mecanismos de *empoderamiento*. Este evento a nivel local fue un hito para el movimiento de mujeres, que resonó de manera transversal a las distintas fuerzas políticas.

De acuerdo con Laure Bereni y Anne Reveillard (2012), identificamos que el paso por experiencias que revalorizan la identidad femenina favorece una transformación de la reflexividad con relación a la identidad de género e impulsa la contestación de las desigualdades sexuadas. Estas normas implícitas de comportamiento cotidiano están presentes para las mujeres de manera diferenciada, como reconocía Cecilia (JR) al referirse a los partidos: “creo que es muy cierto que como mujeres estamos dentro de una estructura bastante machista” (Entrevista realizada el 03 de marzo de 2016). Son ellas quienes describen, a diferencia de los varones, toda una serie de cuidados que tienen que poner en marcha por su condición de mujeres, al relacionarse con sus compañeros “cuidando el tono” y sin parecer “muy amigables”, en un intento por alejarse de características que, en el mundo de la política, las acercan a la imagen de “puta” o “loca” (Entrevista realizada el 03 de marzo de 2016). Es así que, en el día a día, revisar algunas prácticas se vuelve una actividad más compleja, como explica Laura (LC):

algunas cuestiones están muy implícitas, el tema del machismo (...), hay prácticas machistas. Que ahora por lo menos el tema lo tenemos instalado

y lo vamos presionando, estamos todavía prendiendo la alerta. El tema del verticalismo veo que es más operativo, pero hay cuestiones que (...) no las podemos discutir, como el tema de contenidos (Entrevista realizada el 09 de junio de 2017).

En la demanda de obediencia orgánica sin cuestionamientos se evidenciaba una de las contradicciones que la revisión de las prácticas presentaba a las militantes. En general, advertimos que las jóvenes se encontraron hacia el interior de sus organizaciones revisando de manera aislada las prácticas cotidianas, e identificaron las resistencias que van más allá de las estructuras partidarias. Se trató de un proceso que no involucró a la totalidad de sus integrantes, ni fue parte de una política institucional. Las iniciativas son movilizadas por grupos pequeños y, en aquellos espacios donde existía una mayor apertura, las temáticas de género eran parte de las discusiones de las áreas propias, tal como sucedía en el Frente de Mujeres en LC o el Plenario de Mujeres Trabajadoras del PO.

Las demandas y preocupaciones de género, por lo tanto, se presentaban en agenda y, como señalamos, se encontraban en una etapa inicial, en la cual fueron retomadas de manera exclusiva por parte de las mujeres. Son ellas quienes tomaron la iniciativa de dar las discusiones para pensarse entre ellas y luego plantear los debates a sus compañeros. De esta forma, la redistribución del poder y una transformación de la práctica política quedaba limitada a ellas. No obstante, estos procesos de politización y discusión que habilitaron las mujeres permitieron la inclusión creciente de la perspectiva feminista en las distintas fuerzas políticas, que, por más que fueran intersticiales, sirvieron para comenzar a instalar los debates y “hacer ruido” en cada organización.

3.2. Ser joven en las agrupaciones

Las lecturas e imaginarios en torno a la juventud en las agrupaciones se traducen en prácticas y tareas específicas, que encontramos realimentando el espacio político. Son reproducidas cotidianamente, al asignar en cada proceso no solo una caracterización, sino también un rol de acuerdo con un “deber ser” que legitima una posición para los y las jóvenes en las organizaciones. De esta forma, de acuerdo con Bourdieu (2000), las visiones e imaginarios sobre el mundo social y sus actores contribuyen a su vez a su construcción. Por lo tanto, esas representaciones que circulan en cada partido y las operaciones prácticas en las que se traducen son retomadas y reproducidas por los actores. La categoría de juventud, entonces, aparecerá, como indica Vázquez,

como un valor o como un capital político (...); que constituye un principio de identificación por medio del cual se reconocen y autodefinen colectivos; que es elaborada como un principio de adhesión y reclutamiento de militantes y, finalmente, que permite objetivar un grupo (2013: 4).

Al momento de pensar su militancia y la del colectivo en términos de grupo juvenil, las y los militantes se identificaban como jóvenes a partir del dato etario,

pero a medida que avanzaban sobre los sentidos que les asignan, ese rasgo se desdibujaba del simple número y comenzaba a adquirir otros matices. De esta manera, los relatos sostuvieron, como primeras observaciones, el ensamble entre cómo era ser joven y militar en su organización. Es así como los valores asociados a la juventud se correspondían con las visiones acerca de la política sostenidas por las agrupaciones y las prácticas que funcionaban y daban sentido a ese campo.

3.2.1. *Los lugares comunes de las juventudes*

En este apartado nos referimos con *lugares comunes* a los sentidos que se movilizan alrededor de la categoría juventud, que, sin mucho esfuerzo, encontramos en diversas representaciones sociales (Braslavsky, 1986; Margulis y Urresti, 1996; Chaves, 2009; Saintout, 2009; Reguillo, 2012). Se exhiben asociadas a valores como la *alegría*, la *rebeldía*, lo *nuevo*, el *futuro* o el *recambio*, al tener en cuenta la renovación que generacionalmente –por avance inevitable del tiempo– producirán.

De esta forma, analizamos cómo aparecían a nivel discursivo en el relato de los y las militantes y que luego se traducían en disposiciones que se materializaban en la práctica política. Nos detendremos en cada organización, como un modo de comparar la figura de joven militante que se distingue entre ellas.

La definición de la juventud a partir de la relación “nuevo-viejo” era común al momento de indagar en la experiencia de militancia juvenil. Es así que el posicionamiento de la figura del joven en contraposición con la del adulto resultaba frecuente y, en el radicalismo, aparecía de manera característica. De esta forma, los valores que se movilizaban asociados a las personas jóvenes se desprendían de cualidades que trae consigo la misma idea de recambio o novedad, o por el simple hecho de ser actores de su tiempo. Como explicaba Lorena (JR):

los jóvenes tienen una visión nueva, obviamente que lo viejo no es descartable, pero hay algunos que están muy abocados al sillón, no se quieren levantar (...) por eso hay que seguir renovando. Nos sirven sus experiencias, pero no son las mismas de hoy. No tienen el campo territorial, ese que hacemos todos los días nosotros, el contacto con la gente, el contacto con los vecinos (Entrevista realizada el 14 de junio de 2017).

Emerge del relato una distinción entre jóvenes y adultos que, de acuerdo con Bourdieu (1990), se trata de una división lógica donde se disputa el poder y se reproduce un orden. Exploramos, entonces, desde las categorías de *sedentarismo* y *nomadismo político* la delimitación de ese orden. La primera nos ayuda a comprender la etapa adulta en la política como un momento más estabilizado y en el que se ocupan espacios de poder, como relata Lorena (JR), al ubicarlos dentro de oficinas y fuera del territorio.

Podemos pensar la primera categoría como una forma de comprender una etapa en la política, que identificamos más presente en algunas agrupaciones que en otras. En el radicalismo, entonces, las figuras de joven-adulto se encontraban en tensión. Allí, distinguimos una disputa por los lugares de poder hacia el interior de las líneas de la agrupación, como analizaremos en uno de los siguientes apartados.

Esto se da de manera diferente a lo que ocurre en las otras organizaciones, donde no evidenciamos la diferenciación generacional en términos de una disputa de este tipo. En el caso de La Cámpora, por ejemplo, que, al presentarse como una agrupación juvenil, es más fácil distinguir la idea homogeneizada de juventud, movilizadora como recambio de la vieja política. En este caso, se marca la distinción, pero se diferencia de las otras agrupaciones, más que a un nivel interno (Vázquez y Vommaro, 2012; Rocca Rivarola, 2016).

Ahora bien, la idea de *nomadismo* nos permite acercarnos a la categoría de juventud en movimiento. Plantea actores experimentando en la práctica política sin posiciones fijas. Es por ello por lo que se refuerza el territorio como ámbito “natural” de la militancia, como lugar de entrenamiento y aprendizaje. Con todo, al momento de desmenuzar esta afirmación, encontramos una serie de argumentos que funcionan como refuerzo de la propuesta del sujeto joven desde lecturas adultocéntricas, donde las personas jóvenes deben ser guiadas, enseñadas, preparadas (Chaves, 2009).

Por ejemplo, Luis (JR) explicaba que, como jóvenes, les “gusta estar charlando con la gente, más que estar encerrados frente a una computadora”. Refiere así a dos ámbitos del trabajo político, uno de mayor dinamismo para los y las militantes, que marca el barrio y el trabajo con “la gente”, en línea con esta idea de “espíritu juvenil” que se prescribe (Entrevista realizada el 23 de junio de 2017). Por otro lado, señala un ámbito más estabilizado que delimita el trabajo en las oficinas, donde posiciona al adulto. Este *nomadismo* ubicaba de manera conveniente a las personas jóvenes en el territorio, como fuerza de trabajo dentro de las estructuras partidarias, principalmente en épocas electorales. En el caso de Acción Chaqueña, prevalecía tal figura que posicionaba a las y los jóvenes como *aprendices* abocados a las campañas electorales —central actividad de militancia del partido en el territorio—, donde “repartir la boleta” era una de las principales tareas militantes.

Esta idea de la juventud en el territorio también se sostiene a través de otros argumentos, que van en línea con características consagradas al “ser joven”, como el hecho de la disponibilidad biográfica. Como explicaba Raúl (PO),

ahora que fueron las elecciones a la Juventud se le encargó la propaganda política, la difusión de la *Prensa Obrera*, los volantes y lo que tiene que ver con la pintada y la “aficheada”, el partido considera que la juventud tiene mucha más fuerza, mucha más iniciativa para ese tipo de cosas que por ahí los compañeros que están más grandes. Además, por las responsabilidades que tienen los otros compañeros que por ahí ya tienen familia, tienen su trabajo y demás, por ahí la mayoría de los compañeros que hoy están activos no trabajan, sino que solamente estudian o que trabajan medio día (Entrevista realizada el 13 de junio de 2017).

Pese a lo que contaba Raúl, es de destacar que, del total de militantes del Partido Obrero entrevistados para este trabajo, solo uno tenía como principal actividad el estudio, mientras que el resto estudiaba y trabajaba y, en algunos casos, ya había conformado su propia familia. Sin embargo, en el relato resultaba un argumento

arraigado socioculturalmente que justifica el rol de la Juventud en actividades de “campana”, más allá de que, en otras instancias, las y los militantes hayan resalado como principio organizativo de la agrupación la solidaridad entre militantes, como decía Rosa: “va el que puede” (Entrevista realizada el 23 de mayo de 2017).

Este aspecto lo vinculamos a la idea de disponibilidad biográfica, la cual, de acuerdo con los estudios sobre activismo, refiere a la ausencia de restricciones personales –trabajo, matrimonio, responsabilidades familiares– que aumentan las posibilidades e intensidad de la participación política, disminuyendo en ese sentido los costos que pueda demandar (McAdam, 1986; Agrikoliansky, 2001). De esta manera, la figura del joven es pensada de acuerdo con su trayecto vital como disponible, más allá de que en los relatos sobre sus trayectorias se evidencie todo lo contrario. Esta lectura funciona fuertemente en el imaginario militante, y lo posiciona en el territorio.

En el PO, la figura de militante joven se sostenía, además, en atributos como el de *rebeldía*, rasgo asociado históricamente a la juventud (Martín Criado, 1998; Reguillo, 2012; Chaves, 2009), y en base a la cual como grupo juvenil llevaban adelante determinadas actividades. Como resalta Daniel, “creo que como todo partido revolucionario la Juventud cumple un rol fundamental (...) por ejemplo hoy hay que ir a una marcha y seguro va a estar más la Juventud” (Entrevista realizada el 11 de agosto de 2017). Los rasgos objetivan un actor que se encargaba de todo el arco de actividades militantes que el partido necesitaba para su desarrollo.

Cabe destacar que en el PO se evidenciaba a la Juventud como uno de los actores y rasgos destacados del partido. Sin embargo, no aparecía como un factor importante de identificación de las y los militantes. En el imaginario partidario, cobraba en cambio un rol secundario ante la figura central del “trabajador”. Es así como la imagen del actor juvenil que movilizaban era la de un sujeto atravesado por las problemáticas y reclamos identitarios del espacio, como puede ser un joven estudiante universitario o terciario “afectado por las políticas neoliberales”, como describía Daniel o, como explicaba Rosa, eran “los jóvenes trabajadores precarizados del comercio” o *call centers* o un trabajador del Estado, entendiendo que, como expresó Lucía, “la juventud forma parte de la clase trabajadora” (Entrevista realizada el 29 de mayo de 2017). El actor que consagra el espacio, en línea con su historia y doctrina, subsumía al sujeto juvenil y delimitaba sus condiciones de posibilidad en alineación con las demandas y valores del partido.

Si tenemos en cuenta que la gran mayoría de las y los militantes entrevistados decidieron ingresar a la política en un período similar (2012-2014), podemos considerar posicionarlos generacionalmente en las mismas coordenadas con relación a los procesos sociopolíticos por los que atravesaron y se socializaron (Vommaro y Larrondo, 2013; Kriger, 2016; Rocca Rivarola, 2014). Lo juvenil también se presentaba entonces en las formas de encontrarse con la política, de experimentarla y descubrirla en las prácticas, que nos hablan de una marca generacional. Significaba ser joven e identificarse con sus “compañeros” en cuanto a los gustos culturales y estéticos. Al decir de Blanca (JR), “nos gustan las mismas cosas” (Entrevista realizada el 14 de junio de 2017). Se trata de la experiencia colectiva de sumarse a

grupos de pares que, como decía Laura (LC), “están en la misma”. A su vez, como “compañeros” de militancia, fortalecían los vínculos que las y los unían. Sentían que “piensan como uno”, explicaba Raúl (PO), y con ellos y ellas compartían las preocupaciones y alegrías que la práctica política les iba generando.

Los sentidos sobre la juventud que analizamos, en general, posicionaban a un sujeto joven que se correspondía con la figura de aprendiz de militante, donde vemos que prevalece la idea de juventud deficitaria de experiencia y madurez política, en este caso en comparación con la figura del adulto (Campusano, 2019). La categoría juventud se objetiva de esta manera mediante la delimitación de una división del trabajo político en donde las y los jóvenes, en tanto parte de su entrenamiento y aprendizaje, ocupan el territorio como fuerza de trabajo del partido.

A nivel discursivo, son configuraciones potentes y eficaces, al observar su transversalidad a las agrupaciones, principalmente porque se apoyan en sentidos y construcciones sobre las y los jóvenes que se encuentran arraigadas en el mundo social (Bourdieu, 1990 y 2000). Es difícil advertir, entonces, sentidos que presenten lecturas de reposicionamiento juvenil. En cambio, emergen usos y miradas sobre la juventud en clave de la identidad partidaria o que reproducen sus rasgos y roles desde lugares comunes.

3.2.2. *Juventudes en disputa*

En un segundo orden, nos remitimos a observar la construcción de la juventud en relación con lo que algunos autores denominan “juventudes disputadas” (Beretta, 2016), en tanto refieren a los usos y sentidos sobre la juventud que develan tensiones entre distintos actores, en este caso hacia el interior de los espacios partidarios y, a su vez, entre las organizaciones.

En principio, identificábamos algunas diferencias en el interior del radicalismo, en las distintas líneas internas, respecto al rol de la Juventud en cuanto a la división del trabajo político y del poder dentro del partido. Por un lado, para los y las militantes de la línea Convergencia Social era necesario que la rama juvenil tenga un protagonismo mayor a modo de llevar las problemáticas del sector como prioridad al interior del espacio. De esta manera, una de sus demandas era el “cupó por la Juventud”, que asegure que el partido garantice en sus listas un lugar en representación de la rama juvenil. En palabras de Marcos (JR), “lo que reconocemos al justicialismo, aunque nos cueste, es que ellos siempre tratan de poner candidatos jóvenes en la lista y acá no hay lugar para los jóvenes (...) siempre se plantea, pero en el Comité te decían no” (Entrevista realizada el 7 de junio de 2017).

Emergía así el escenario interno del partido que posicionaba a “los mayores” ocupando los espacios centrales de poder –como la definición y los lugares expectantes en las listas electorales– desde los que se definían temas que los y las jóvenes señalaban como “significativos” para hacer política (Rosato, 2003). Mientras tanto, la Juventud se encontraba más abocada a lo territorial, ya sea en actividades cotidianas “de base” o durante las campañas electorales.

En esta línea, existía una tensión en cuanto a cuáles eran los lugares válidos para hacer política influyente. De acuerdo con Ramiro (JR), eran los proyectos

de orden legislativo “los que pueden cambiarle la vida a la gente, por eso hay que intentar que la Juventud no esté solamente para ir y hacer chocolate o para llenar un colectivo” (Entrevista realizada el 13 de mayo de 2015). Podemos entender en este proceso el uso de la categoría a partir de la articulación de planteos políticos que ingresan al espacio en términos de disputa (Kropff, 2009).

Es necesario retomar algunas características del radicalismo a nivel interno para comprender mejor las limitaciones que explicaban sus militantes en el campo de acción de la Juventud. Durante el tiempo que abarcó no solo el trabajo de campo sino la línea temporal de desarrollo de los itinerarios de los y las jóvenes protagonistas de esta investigación, la línea Convergencia Social no se encontró vinculada a ninguna gestión de gobierno. Tenía como principales referentes a legisladores y legisladoras provinciales y a Ángel Rozas, pero con muy poco nivel de influencia y llegada para con la rama juvenil.

Los recursos provenientes de gestiones de gobierno eran centrales para visibilizar a los colectivos. Eran aquellos recursos gestionados y vinculados al Estado en sus distintos niveles, ya sea llevando adelante políticas públicas o medidas que representaban al espacio y la correspondiente gestión (Rocca Rivarola, 2016). Durante el tiempo estudiado, las acciones que llevaban adelante como agrupación, que trataban de salirse del trabajo político meramente territorial al servicio de algún candidato o en los momentos electorales, apelaban a los vínculos con legisladores “amigos”, quienes proponían sus iniciativas y elevaban sus proyectos. Sin embargo, advertían que, al seguir estos “circuitos” y “canales”, sus intereses quedaban sujetos a la buena predisposición de los contactos. Así lo relataba Ramiro (JR):

Lo que pasa es que muchas veces entre los mayores tenés personas que quieren usufructuar la Juventud para beneficio de ellos. “Yo te apoyo, te banco el día de mañana si vos trabajas para que yo sea diputado”; es como un intercambio. (...) A nosotros nos ayudó en su momento Adolfo Gómez, de nuestra línea, que presentó algunos proyectos (...) una lista de 30 propuestas de temáticas que creíamos que eran importantes de abordar para la Juventud, no nos dieron bola. Eso es un tema flojo y motivo por el cual los jóvenes tenemos que pelear para que haya jóvenes que representen nuestras necesidades, porque los mayores no ven las problemáticas de un sector que es importantísimo para la sociedad, por el lado que lo mires, del lado electoral, por ejemplo (Entrevista realizada el 14 de septiembre de 2016).

Entonces, la forma de hacer más influyente a la Juventud era a través de lograr su propia representación en candidatos y candidatas que llevaran los intereses de los y las jóvenes del espacio, y así tratar de evitar la utilización de los grupos juveniles por parte de candidatos. Al dar cuenta de las limitaciones en las que se encontraba el grupo con relación a los recursos, su accionar se reducía a actividades sociales y solidarias, sin acceder al centro de toma de decisiones y definiciones políticas.

En tanto, para otras líneas como Somos Parte, era compartida la función indiscutida de la organización juvenil de acompañar a los mayores, como explicaba Luis

(JR), para quien “la Juventud está bien donde está, para los jóvenes es ir y estar más en la calle (...) mientras que los mayores están pensando más cómo van a ser las elecciones, planear la estrategia” (Entrevista realizada el 23 de junio de 2017).

La división que establecía era clara. De un lado se encontraban los mayores, encargados de pensar la estrategia, y del otro los y las jóvenes, quienes la ejecutaban en “la calle”. Tal distribución, entendemos, nos proponía dos figuras contrapuestas de juventud. En una, se postulaba a un o una *joven aprendiz*, quien no cuenta con mucho margen de acción ni autonomía por fuera de lo que se le asigna desde la jerarquía orgánica. Por otro, identificamos la figura del *joven protagonista*, posicionado y en la disputa por lugares de poder significativos para representar y discutir acciones para mejorar el sector joven.

Retomamos el caso de La Címpora para marcar algunos contrastes. En la organización, la metáfora sobre la juventud se sostenía en la narrativa identitaria que construía e intentaba homogeneizar un actor que marca la renovación de la política. Como explicaba Laura, en “la orga” lo juvenil del colectivo no se delimitaba a que trabajen o aborden temáticas que afectan al sector. Es decir no estaba dado por la “demanda”, aclaraba, sino que el “sujeto político de estos últimos años es la juventud”, lo que posiciona a los y las militantes como protagonistas de un momento histórico que, desde su relato, fue abierto por el “kirchnerismo, inaugurando el regreso de los jóvenes a la política” (Entrevista realizada el 09 de junio de 2017).

De esta manera, el rol “responsabilidad” de los y las militantes de la agrupación era, según Laura, “polítizar los espacios y a las personas para que asuman ese rol protagónico, que tengan otro tipo de prácticas, nosotros como generación nos estamos formando para eso” (Entrevista realizada el 09 de junio de 2017). Como vemos, el factor clave es la política como herramienta de transformación en las manos de agentes de cambio juveniles. Damos cuenta de que el sujeto político que construía la organización se emplazaba en un relato fundacional del espacio, que daba sentido a sus prácticas y fundamentaba los compromisos militantes (Vázquez y Vommaro, 2012; Rocca Rivarola, 2016).

Observamos, por lo tanto, que en La Címpora la juventud representaba una categoría que movilizaba la construcción política de la organización y el proyecto más general. A su vez, en base a ello, posibilitaba el ascenso en la carrera militante al habilitar para los y las jóvenes posiciones políticas de mayor jerarquía. Además, se consideraba el andamiaje de apoyos de la agrupación con los sectores de gobierno que hacían posible esa inclusión. Mientras, otros espacios, como el radicalismo, simbolizaban una tensión, que dejaba expuesta una disputa con las formas de hacer política propia del espacio. Es en este punto donde podemos dar cuenta de las tensiones y los límites de la aparente *revitalización juvenil* de los espacios partidarios en márgenes subnacionales, dado que advertimos que la disputa se define mediante el fortalecimiento de las dinámicas de funcionamiento tradicional de la estructura partidaria local.

La *revitalización*, entonces, estuvo marcada por lo emergente que constituyeron organizaciones como La Címpora, que fueron agrupaciones nuevas a nivel provincial, es decir que no se empalmaban en estructuras existentes, sino que tenían

sus propias formas de funcionamiento y discutían y negociaban “por fuera”. Se vinculaban con actores políticos del mismo espectro ideológico –el justicialismo local– pero funcionaban de manera autónoma a ellos, al responder a una “conducción nacional”.

En diálogo con los trabajos que retoman las transformaciones que genera la inclusión juvenil en organizaciones político-partidarias, en este escrito podemos evidenciar formas de revitalización en términos de demandas y lucha por mayor protagonismo, que coincidieron con el ciclo de reposicionamiento juvenil. No obstante, entraron en tensión con las formas de funcionamiento de los partidos políticos que referimos como tradicionales, en donde se reforzaron lecturas y posiciones subsidiarias de la juventud.

Retomamos dos factores necesarios, que influyen en las formas de revitalización juvenil sobre estructuras partidarias en la ciudad de Resistencia. Por un lado, como nos referíamos en el párrafo anterior, La Cámpora, al igual que otras organizaciones, surgió en el contexto que se delimita como un ciclo político de activismo juvenil. Se trata de un rasgo que se marca fuertemente en la socio-génesis del espacio, que proponía un actor juvenil como protagonista, como sujeto histórico y, como tal, ocupaba espacios de “transformación social”.

Por otro lado, esta organización, como otras abordadas por la literatura específica, refieren a casos vinculados a gestiones de gobierno. Por lo tanto, contaban con recursos y voluntades políticas para reposicionar a las juventudes en espacios de poder. Entonces, en fuerzas políticas provinciales en las que no se generaron cambios en línea con transformaciones nacionales, y donde los recursos eran escasos –por lo tanto, con mucha competencia–, las formas de funcionamiento interno reforzaron los grupos cerrados. No obstante, evidenciamos que sus jóvenes integrantes, socializados en coordenadas donde la fuerza es de la juventud, eran quienes reclamaban y empujaban demandas que podemos entender en términos de *revitalización* hacia el interior de los espacios.

A partir del análisis que propusimos, señalamos en un primer momento que los lugares comunes de la juventud reproducen sentidos que reforzaron, hacia el interior de los espacios, representaciones sociales instaladas sobre las personas jóvenes. Es así que se observa un acuerdo transversal, con ciertos matices, a todas las agrupaciones en relación con el desempeño de los y las jóvenes en tanto fuerza de trabajo, principalmente abocada al trabajo territorial. Entonces, estar en la calle o repartir la boleta en las épocas de campañas electorales son sus actividades centrales.

Sin embargo, damos cuenta de sentidos en los que observamos una disputa por la idea y rol de la juventud, en línea con el ciclo político de reposicionamiento juvenil. A partir de estas disputas, podemos proponer factores, como las estructuras de poder internas, el papel de las élites dirigenciales en la redistribución del poder político o la importancia de la vinculación a gestiones de gobierno para posibilitar recursos e inclusión juvenil, para pensar las limitaciones de tales procesos en espacios subnacionales.

4. Palabras finales

En este trabajo, nos propusimos indagar en las transformaciones en términos de revitalización que la inserción juvenil generó en cuatro agrupaciones político-partidarias de la ciudad de Resistencia, Chaco. El escenario provincial presentaba una dinámica política tensionada entre dos fuerzas mayoritarias y tradicionales, como el PJ y la UCR. Se trata de partidos que traccionaban con sus frentes electorales a las demás organizaciones políticas, en un período donde se destacó la emergencia de nuevas agrupaciones en la provincia, como el PRO, y otras de marcada tendencia juvenil.

Analizar estos procesos que, en primera instancia, pensábamos en línea con la revitalización, significó reconstruir la trama de relaciones internas de las estructuras partidarias, dar cuenta de los vínculos de la militancia juvenil con los líderes y élites dirigenciales, las formas de ascenso y proyección de carreras políticas y la división del trabajo político, entre otros factores. Nuestro objetivo consistió en observar cómo los y las jóvenes militantes se fueron incluyendo en esas organizaciones y junto con ellos y ellas las temáticas y demandas en términos generacionales, así como la posible renovación de las organizaciones.

De esta manera, reconstruimos las formas en que se genera el protagonismo juvenil de acuerdo con las características de cada fuerza política. Las personas jóvenes tienen posibilidades de ocupar posiciones de mayor relevancia en organizaciones que, de cierta forma, le escapan a las élites dirigenciales locales y cuentan con recursos como la vinculación a gestiones de gobierno para ofrecer roles protagónicos. Un caso así fue el caso de LC, que, al pertenecer al frente de gobierno nacional, privilegió la inclusión de sus militantes en distintas instancias estatales. Por su parte, las juventudes de partidos con estructuras conservadoras locales, que no se han enmarcado en las discusiones nacionales de apertura juvenil, tuvieron más obstáculos para lograr un reconocimiento que supere la visión tradicional que destina la militancia juvenil únicamente al territorio. Es el caso del radicalismo, donde se presentaban las tensiones pero no lograban tomar fuerza para generar lógicas de participación que aseguraran a sus militantes jóvenes posiciones con mayor poder político.

A su vez, generacionalmente las preocupaciones que las juventudes incorporan en las agrupaciones generan algunos movimientos, como es el caso de la inclusión de las temáticas de género en la agenda de la mayoría de las agrupaciones analizadas.

Ahora bien, resulta evidente que recae principalmente en las mujeres militantes dar estas discusiones e impulsar los cambios que son resistidos. En principio, esto se da por el hecho de formar parte de normas naturalizadas social e históricamente y que en las agrupaciones políticas imponen un “deber ser” moralizante hacia las mujeres. En esa línea, cobran importancia los colectivos “de mujeres” que se forman internamente, los cuales habilitan espacios de discusión y construcción de consensos colectivos que fortalecen las discusiones posteriores hacia la organización.

Las configuraciones sobre la categoría juventud nos presentaron a un sujeto joven que se correspondía con la figura de *aprendiz de militante*, en la cual prevalece

la idea de juventud deficitaria de experiencia y madurez política. En función de esta imagen, se delimitaba una división del trabajo político donde las y los jóvenes, en tanto parte de su entrenamiento y aprendizaje, ocupan el territorio como fuerza de trabajo del partido. Como analizamos, esas posiciones eran resistidas, y emergían en tanto disputa en aquellos espacios, como el radicalismo, en los que su rol estaba limitado como fuerza de trabajo al servicio de “los mayores”.

En diálogo con las investigaciones que analizan estos procesos en el país, en este trabajo podemos evidenciar formas de *revitalización* en términos de demandas y lucha por mayor protagonismo, que coinciden con el ciclo de reposicionamiento juvenil. No obstante, entran en tensión con las formas de funcionamiento de partidos políticos que referimos como tradicionales, en donde se refuerzan lecturas y posiciones subsidiarias de la juventud.

Consideramos que el trabajo logra poner en juego el contexto de movilización juvenil que se da a nivel nacional con el escenario de la provincia del Chaco, al retomar los procesos en organizaciones locales. El recorrido por las experiencias de militancia, que recupera los contextos de las agrupaciones, permite avanzar sobre el conocimiento de la organización interna partidaria, las limitaciones en términos de centralidad de las élites dirigenciales en cuanto a la distribución del poder político, al igual que los sentidos de la juventud arraigados socioculturalmente. De esta forma, por los formatos de participación atribuidos y en disputa por las juventudes, observamos que no se trata de una adaptación a la coyuntura por parte de las organizaciones político-partidarias de origen, sino más bien de una renovación (en términos de conservación) y de revitalización (en términos de demandas) que, en diferentes estadios, se expresa generacionalmente sobre la vida institucional de cada organización, donde los factores local y nacional exhiben diferencias de enfoque, como sucede, por ejemplo, entre ACHA y LC.

Queda entonces profundizar la importancia en tanto disputas desde las juventudes en otros territorios, con el énfasis puesto sobre las relaciones entre los partidos tradicionales, partidos provinciales y su vinculación con organizaciones juveniles de alcance nacional, en la constitución de la agenda de cada organización.

Referencias

1. Las entrevistas fueron realizadas en el marco de la tesis doctoral, con el objetivo de reconstruir las trayectorias de militantes jóvenes en agrupaciones político-partidarias de la ciudad de Resistencia durante el período 2012-2017. Se realizaron en total 20 entrevistas a jóvenes de distintas agrupaciones.
2. Es un político local que fue concejal de la ciudad de Resistencia (2015-2019) y actualmente se desempeña como secretario de Municipios de la gobernación de Jorge Capitanich.
3. De acuerdo con la encuesta realizada a 69 militantes de las tres líneas del radicalismo, el 80% de los militantes de Nuevo Espacio Abierto trabajaban en la administración pública. En el caso de Convergencia Social, representaba el 40% y el 65% en Somos Parte.
4. Las ciudades de Barranqueras, Vilelas, Resistencia y Fontana conforman el Gran Resistencia.
5. En primer lugar, se encuentra el PJ con 153.292 adherentes y lo sigue la UCR con 87.301 (Cámara Nacional Electoral).
6. Es importante señalar que en ACHA es mayor la proporción de afiliados varones que de mujeres. Para el resto de las organizaciones político-partidarias, observamos mayor frecuencia de mujeres que

de varones en todos los años. El PO es el espacio con mayor participación de afiliadas femeninas.
7. Integran de la comisión organizadora del 36° Encuentro de Mujeres en Chaco.

Bibliografía

- Agrikoliansky, E. (2001). Carrières militantes et vocation a la morale: les militants de La Ligue Des Droits de l'homme dans les années 1980. *Revue française de science politique*, 51(1), 27-46.
- Balardini, S. (2005). ¿Qué hay de nuevo, viejo? Una mirada sobre los cambios en la participación política juvenil. *Nueva Sociedad*, 200, 96-107.
- Benza, G., y Heredia, M. (2020). La estructura social “provincial”. Reflexiones sobre la geometría de la sociedad inspiradas en el Chaco. *Tramas. Revista de Política, Sociedad y Economía*, 2, 1-12.
- Berardi Spairani, A. (2018). La participación partidaria y el impacto de los contextos políticos. Un estudio de biografías militantes en Jujuy. *Estudios Sociales*, 55(2), 11-26.
- Bereni, L. y Reveillard, A. (2012). Un mouvement social paradigmatique. Ce que le mouvement des femmes fait à la sociologie des mouvements sociaux. *Sociétés contemporaines*, 85(1), 17-41.
- Beretta, D. (2016). *Las Juventudes disputadas. Aportes para un campo en construcción*. Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Beltrán, G. y Malagamba Otegui, R. (Eds.) (2010). *Jóvenes y ONG'S: una agenda pendiente*. Buenos Aires, Argentina: Aurelia Rivera.
- Bonvillani, A.; Palermo, A. I.; Vázquez, M. y Vommaro, P. (2008). Juventud y política en la Argentina (1968-2008). Hacia la construcción de un estado del arte. *Revista Argentina de Sociología*, 6(11), 44-73.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México D. F., México: Grijalbo.
- Bourdieu, P. (2000). *Cosas dichas*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Braslavsky, C. (1986). *La juventud argentina: informe de situación*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Campusano, M. (2019). Entre la rutina, el cambio y la transición: El involucramiento político en la militancia juvenil de organizaciones político partidarias en Resistencia (Chaco). *Folia Histórica del Nordeste*, (35), 69-89.
- Chaves, M. (2009). Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006. *Papeles de trabajo*, 2(5), 1-111.
- Chaves, M. y Núñez, P. (2012). Youth and Politics in Democratic Argentina: Inventing Traditions, Creating New Trends (1983–2008). *Young*, 20(4), 357-376.
- Cozachcow, A. (2020). *Juventudes militantes en partidos en el gobierno en la Argentina reciente*. (Tesis doctoral). Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- Diario Chaco* (05 de abril de 2015). Rodrigo Ocampo: “El proceso de continuidad y rotación del Frente lo lidera Jorge Milton Capitanich”. <http://www.diariochaco.com/noticia/rodrigo-ocampo>
- Grandinetti, J. (2015). “Mirar para adelante”. Tres dimensiones de la juventud en la militancia de Jóvenes PRO. En G. Vommaro. y S. Morresi (Eds.), “*Hagamos equipo*”. *PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina* (pp. 231-264) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Grandinetti, J. (2018). Consideraciones conceptuales para el estudio sociocultural de las organizaciones juveniles partidarias. Última década, 26(49), 148-165.
- Kruger, M. (2016). *La tercera invención de la juventud: dinámicas de la politización juvenil en tiempos de la reconstrucción del Estado-Nación*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Universitario.
- Kropff, L. (2009). Apuntes conceptuales para una antropología de la edad. *Avá*, 16(1), 171-187.
- Margulis, M. y Urresti, M. (1996). La juventud es más que una palabra. En M. Marguils y L. Ariovich (Eds.), *La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud* (pp. 1-13) Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Martín Criado, E. (1998). *Producir la juventud: crítica de la sociología de la juventud*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- McAdam, D. (1986). Recruitment to High-Risk Activism: The Case of Freedom Summer. *American Journal of Sociology*, 92(1), 64-90.
- Molinari, V. (2012). La participación política de los jóvenes dentro de las orgánicas partidarias. En

- REIJA (Ed.), *Estudio sobre juventudes en Argentina II. Líneas prioritarias de investigación en el área jóvenes/juventud: la importancia del conocimiento situado*. (pp. 53-76) Salta, Argentina: UNSa Editorial.
- Mutuverría, M. (2016). Militantes y Estado. *Prácticas de oficio*, 2(18), 1-13.
- Mutuverría, M. (2017). *Juventudes y participación política. La condición juvenil en el peronismo platense contemporáneo* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina.
- Muiño, O. (2011). *Los días de la Coordinadora. Políticas, ideas, medios y sociedad: 1968-1983*. Buenos Aires, Argentina: Corregidor/Ediciones IML.
- Natalucci, A. y Galimberti, C. (2015). Juventud(es) sindical(es): identidades políticas y lógicas de acción (AMBA, 2009-2015). *Socio Debate. Revista de Ciencias Sociales*, 1(2), 98-130.
- Núñez, P. (2008). La redefinición del vínculo juventud-política en Argentina: un estudio a partir de las representaciones y prácticas políticas juveniles en la escuela secundaria y media. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 6(1), 149-190.
- Núñez, P. y Cozachcow, A. (2016). Llueve, pero hay "alegría" en la ciudad: Retrato del acto de lanzamiento de la campaña electoral 2013 de la Juventud del PRO de la ciudad autónoma de Buenos Aires. *Revista POSTData*, 21(1), 269-302.
- Pellegrini, B. (10 de agosto de 2018). UCR: Somos parte quiere que se incluyan propuestas ya aprobadas en la Carta Orgánica partidaria. *Chaco día por día* (s/r). <https://www.chacodiapordia.com/2018/10/08/ucr-somos-parte/>
- Reguillo, R. (2012). *Emergencia de las culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Rocca Rivarola, D. (2014). El libro "bueno" y el libro "malo" sobre La Cámpora: sus aportes para la investigación social sobre la militancia oficialista. *Estudios-Centro de Estudios Avanzados*, (31), 249-55.
- Rocca Rivarola, D. (2016). La Cámpora movilizada: Observación participante y reflexiones sobre la militancia oficialista durante el segundo gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2011-2015). *Revista Sures*, 6(4), 1-22.
- Rodríguez, G. (2013). Heredaras el viento? Liderazgos fundacionales y cambio generacional en el proceso político argentino a treinta años de 1983. *Observatorio Latinoamericano*, 12, 276-290.
- Román, M. (2016). El movimiento piquetero en Chaco y Corrientes: elementos para un análisis comparativo. En A. I. Palermo y A. M. Pérez (Comps.), *1er Congreso de la Asociación Argentina de Sociología. "Nuevos protagonistas en el contexto de América Latina y el Caribe"* (pp. 187-193). Buenos Aires, Argentina: CEFIS-AAS.
- Rosato, A. (2003). Líderes y candidatos: elecciones internas en un partido político. En A. Rosato y F. Balbi (Eds.), *Representaciones sociales y procesos políticos* (pp. 61-79). Buenos Aires, Argentina: Antropofagia-IDES.
- Saintout, F. (2009). *Jóvenes, el futuro llegó hace rato: percepciones de un tiempo de cambios: familia, escuela, trabajo y política*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Prometeo.
- Svampa, M. (2001). Identidades astilladas. De la patria metalúrgica al heavy metal. En M. Svampa (Ed.), *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales* (pp. 106-136). Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Unión Cívica Radical [UCR] (2014). *Carta Orgánica de la Unión Cívica Radical – Distrito Chacho*.
- Urresti, M. (2000). Paradigmas de participación juvenil: un balance histórico. En S. Balardini (Ed.), *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo* (pp. 19-55). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Vázquez, M. (2009). La política desde abajo: narrativas militantes de jóvenes desocupados y desocupadas en Argentina. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1), 423-455.
- Vázquez, M. (2013). En torno a la construcción de la juventud como causa pública durante el kirchnerismo: principios de adhesión, participación y reconocimiento. *Revista Argentina de Juventud*, 7(1), 1-25.
- Vázquez, M. (2014). Militar la gestión: una aproximación a las relaciones entre activismo y trabajo en

el Estado. *Apuntes*, 74(41), 71-102.

Vázquez, M. y Cozachcow, A. (2017). Activismo juvenil en partidos con gestiones de gobierno a nivel subnacional en Argentina (2007-2015). *Revista de Sociología e Política*, 25(64), 47-72.

Vázquez, M. y Vommaro, P. (2012). Con la fuerza de la juventud: aproximaciones a la militancia kirchnerista desde La C mpora. En G. Pérez y A. Natalucci (Eds.), *Vamos las bandas. Organizaciones y militancia kirchneristas*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Trilce.

Vázquez, M.; Vommaro, P.; N n ez, P. y Blanco, R. (2017). *Militancias juveniles en la Argentina democrática: trayectorias, espacios y figuras de activismo*. Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.

Vommaro, P. (2015) *Juventudes y políticas en la Argentina y en América Latina: tendencias, conflictos y desafíos*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Universitario.

Vommaro, P. y Larrondo, M. (2013). Juventudes y participación política en los últimos treinta años de democracia en la Argentina: Conflictos, cambios y persistencias. *Revista Observatorio Latinoamericano*, (12), 254-275.

Vommaro, P. y Vázquez, M. (2008). La participación juvenil en los movimientos sociales autónomos de la Argentina. El caso de los Movimientos de Trabajadores Desocupados (MTDs). *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 6(2), 485-522.

Wolanski, S. (2016). *Las nuevas generaciones del sindicalismo: Jóvenes, trabajo y organización gremial en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Universitario.

Recibido: 14/09/2022. Aceptado: 12/11/2022.

Marina Campusano y Francisco Nicolás Favieri, "Entre protagonismos, demandas y renovación. Análisis de las juventudes militantes de organizaciones político-partidarias en Resistencia, Chaco (2012-2017)". *Revista Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 13-37.

¿Capitalismo de Estado o pragmatismo de Estado? Los casos de Siderar-Techint, YPF y AySA durante los gobiernos kirchneristas en Argentina

State Capitalism or State Pragmatism? The Siderar-Techint, YPF, and AySA Cases During Kirchnerist Governments in Argentina

Jonás Chaia De Bellis

Jonás Chaia De Bellis es becario postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas en el Centro de Innovación de los Trabajadores y Trabajadoras y docente de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.

E-mail: jonas.heliogabalo@gmail.com

resumen

Este artículo sostiene que los diferentes formatos de gestión de empresas públicas no se corresponden con diferentes épocas sino que pueden coexistir, no solo en un mismo período histórico, sino también bajo un mismo gobierno. En efecto, el Estado puede ser propietario total, accionista mayoritario y accionista minoritario en diferentes empresas durante un mismo gobierno, y contar en cada caso con más o menos recursos para intervenir en el mercado y para excluir a los actores privados de los procesos decisionales empresariales. Analizaremos tres casos de gestión estatal durante los gobiernos kirchneristas en Argentina: AySA en 2006 (Estado como propietario total), YPF en 2012 (Estado como accionista mayoritario) y Siderar en 2011 (Estado como accionista minoritario). Seguiremos la hipótesis de que cada uno de estos formatos de gestión fue seleccionado por el gobierno a partir de los objetivos coyunturales que se había fijado: congelamiento de tarifas en el caso de AySA, freno a la salida de divisas en el caso de YPF y captura de rentas en el caso de Siderar. El análisis será realizado desde un enfoque de economía política comparada y según el método de rastreo de procesos para la construcción de teorías.

palabras clave

capitalismo de Estado / estatizaciones / kirchnerismo / economía política comparada

summary

This article affirms that the different management forms of State-owned enterprises do not correspond to different epochs but can coexist, on the contrary, not only in the same historical period, but also under the same government. Indeed, the State can be the total owner, a majority shareholder and a minority shareholder in different companies during the same government, having in each case more or less resources to intervene in markets and to exclude private actors from business decision-making processes. I will analyze three cases of State-owned enterprise management during Kirchnerist governments in Argentina: AySA in 2006 (State as full owner), YPF in 2012 (State as majority shareholder) and Siderar in 2011 (State as minority shareholder) following the hypothesis that each of these management forms was selected by the government depending on the circumstantial objectives that it had to face: rates freezing in the case of AySA, curbing the outflow of foreign currency in the case of YPF, and rent-seeking in the case of Siderar. This analysis will be carried out with a comparative political economy approach and following the theory-building process tracing method.

keywords

State capitalism / nationalizations / kirchnerism / comparative political economy

1. Introducción

Durante los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2008-2015), numerosas empresas privadas de rubros muy diferentes pasaron a manos del Estado.¹ No obstante, las estatizaciones kirchneristas pueden ser caracterizadas como decisiones coyunturales adoptadas en momentos particulares de la relación entre Estado y empresarios, que se encontraron más bien determinadas por la voluntad gubernamental de que su coalición popular no se fracturase, y no tanto por la necesidad de restaurar un modelo industrial para el cual el Estado debía revertir o corregir las estrategias de los privados, ni tampoco por una naturaleza inherentemente estatista del gobierno.

En este sentido, podríamos decir que, en términos ideales, la secuencia de preferencias del kirchnerismo que condujo a las estatizaciones fue: 1) mantener la propiedad privada de empresas y servicios consiguiendo acuerdos de precios y tarifas; 2) introducir en esas empresas grupos de una “nueva burguesía nacional” políticamente afines si el punto 1 fracasaba; 3) estatizar las empresas si el punto 2 fracasaba.² En los casos que analizaremos aquí, podemos observar esta secuencia. Aguas Argentinas (luego AySA) pasó a manos del Estado en 2006, luego de que el ingreso de Eurnekian fracasara; el conflicto que activó estos movimientos fue la voluntad gubernamental de mantener las tarifas congeladas. En el caso de Repsol-YPF, el Estado se transformó en accionista mayoritario en 2012, tras el fracaso del ingreso de Petersen (Eskenazi); el conflicto que activó estos movimientos fue la salida irrefrenable de divisas por importación de energía que produciría inflación vía devaluación. El caso de Siderar (Techint) es relativamente diferente, ya que el Estado accedió a una parte minoritaria de las acciones de la empresa tras la estatización de las AFJPs. No obstante, y como veremos luego, el gobierno decidió ampliar su presencia en el directorio de la empresa cuando la recaudación de AN-SES en 2010 fue nula y las acciones minoritarias en las empresas aparecían como la única fuente de financiamiento disponible para el gobierno en aquel entonces.³

Cada uno de estos objetivos políticos coyunturales determinó el formato de gestión seleccionado para cada empresa, ya que cada uno de ellos ofrece más o menos recursos para intervenir en el mercado, y más o menos recursos para excluir a los privados de los procesos decisionales de las empresas. Cuando el Estado es el propietario total de una empresa, acumula más recursos para intervenir en el mercado (ya que la empresa depende de un ministerio) y excluye por completo a los privados de los procesos decisionales. En tanto, cuando el Estado es accionista mayoritario, si bien cuenta con la mayoría en los directorios, la empresa no depende de ningún ministerio y las decisiones se comparten con los privados. Por otra parte, cuando el Estado es accionista minoritario, no solo la empresa no depende de ningún ministerio o agencia del Poder Ejecutivo, sino que además el Estado está en minoría en los directorios, de modo tal que su participación en los procesos decisionales es, por lo general, de bloqueo. En el presente trabajo analizaremos un caso para cada uno de estos formatos de gestión diferentes: AySA (el Estado como propietario total), YPF (el Estado como accionista mayoritario) y Siderar (el Estado como accionista minoritario).

En 2011, año previo a su estatización, Repsol-YPF ocupaba el puesto número 94 en el Global 500, ranking de las empresas más grandes del mundo según ingresos, elaborado por la revista *Fortune*. Siderar, por su parte, ocupaba ese mismo año el puesto 920 entre las 2.000 empresas más poderosas del mundo según *Forbes*. El hecho de que el Estado se haya convertido en accionista mayoritario de la primera empresa y minoritario en la segunda nos muestra que, en las últimas décadas, el Estado ha recuperado su rol protagónico en la producción, y que su alejamiento de la gestión empresarial tras las privatizaciones fue, incluso a nivel mundial, efímero. De hecho, hoy son las empresas públicas las que lideran los mercados globales. Sin ir más lejos, el rubro de los hidrocarburos es elocuente respecto de este retorno del Estado: si durante el siglo XX las “Siete Hermanas” fueron privadas (Exxon, British Petroleum, Royal Dutch-Shell, Texaco, Gulf Oil, Mobil Oil y Standard Oil)⁴, desde principios del siglo XXI y hasta la actualidad las “Nuevas Siete Hermanas” son estatales: Gazprom (Rusia), CNPC (China), NIOC (Irán), PDVSA (Venezuela), Petrobras (Brasil), PETRONAS (Malasia) y Aramco (Arabia Saudita). Analizar, entonces, los diferentes formatos de propiedad estatal y las dinámicas políticas que incentivaron su selección es de suma importancia para los estudios de ciencia política y economía política comparada en particular, como así también para profundizar los debates públicos sobre el Estado y el capitalismo contemporáneo.

2. Antecedentes e hipótesis

En los últimos años, surgieron numerosos trabajos sobre el denominado “giro a la izquierda” en América Latina, focalizados en los gobiernos que emergieron en la región tras el colapso de los programas económicos neoliberales hacia principios del siglo XXI. Las líneas de investigación abiertas por estos trabajos –principalmente aquellas que tomaron como objeto de estudio la economía política de estos gobiernos– han considerado al “estatismo” como una variable ordinal útil para clasificar las opciones de política económica de cada gobierno, opciones que iban desde la “ortodoxia” (mantenimiento de las reglas de juego del mercado sin intervención del Estado) al “estatismo” (reemplazo del mercado por el Estado), pasando por el punto intermedio de la “heterodoxia” (intervención estatal selectiva) (Levitsky y Roberts, 2011). Estos estudios encontraron distintos factores que habrían conducido a los gobiernos de izquierda hacia el “estatismo”: el ciclo de precios de los *commodities* (Koivumaeki, 2015), la desinstitucionalización de los sistemas de partidos (Flores-Macías, 2010), el acceso al gobierno de organizaciones políticas *outsiders* (Levitsky y Roberts, 2011), la ausencia de restricciones económicas externas (Murillo, Oliveros y Vaishnav, 2011), o la captura de rentas (Corrales y Penfold, 2011; Weyland, 2009).

Ahora bien, es posible detectar en estos estudios tres aspectos poco profundizados a la hora de abordar el fenómeno de la estatización de empresas. En primer lugar, las estatizaciones fueron subsumidas bajo la vaga categoría de “estatismo” junto a una muy heterogénea variedad de alternativas de política económica –los controles de precios, el control del tipo de cambio, el gasto público, la regulación

del comercio exterior, la falta de autonomía del banco central, entre otros— de modo tal que el fenómeno particular de la estatización de empresas permaneció inexplorado. En segundo lugar, en estas investigaciones no encontramos un consenso respecto de la categoría que ocuparía la Argentina entre 2003 y 2015, ya que para algunos su política económica fue “estatista” mientras que para otros fue “heterodoxa”. En tercer lugar, y como consecuencia de los dos puntos anteriores, la mayoría de los estudios que indirectamente analizaron la estatización de empresas no advirtieron el hecho de que, aun cuando las empresas pasen a manos del Estado, su utilización no necesariamente es contraria al mercado ni excluye a los actores privados. En otras palabras, y como veremos en este trabajo, existen diferentes formatos de gestión estatal de las empresas, cada uno de los cuales implica diferentes niveles de control del mercado y de los actores privados.⁵

Otros estudios sí se han percatado de este importante matiz. Por ejemplo, De Graaff (2012) habla de una “hibridación” entre Estado y capital global, para referirse al modo en que, hoy en día, son las empresas estatales de energía —y no las privadas— las que dan forma al mercado transnacional, no necesariamente mediante el abandono del modelo neoliberal sino en tanto que expresión de un nuevo conjunto de competidores y de consumidores. En una línea parecida, Di Risio (2016) nos habla de un “neonacionalismo” de mercado, para referirse también a las empresas estatales de energía que hoy configuran el mercado globalizado. No obstante, el principal aporte en esta dirección es el trabajo de Musacchio y Lazzarini (2014), en el que se analizan las nuevas formas de capitalismo de Estado posteriores a las reformas neoliberales de los años noventa. Los autores observan una evolución o tránsito en etapas que van desde el Estado como propietario total de las empresas públicas antes de las reformas, hasta el Estado como accionista —mayoritario o minoritario— de las empresas luego de las reformas. El aporte de estos autores es destacar cómo entre el estatismo y el libre mercado existen formas intermedias de participación estatal. No obstante, su limitación es considerar que cada formato de gestión se corresponde con una etapa histórica diferente, problema al que, justamente, en este trabajo pretendemos responder.

En efecto, mediante el análisis de los casos de Siderar, YPF y AySA, el objetivo de este trabajo es demostrar que los diferentes formatos de gestión estatal no se corresponden con etapas históricas, sino que pueden coexistir en un mismo momento y lugar, esto es: bajo un mismo gobierno. Así, el Estado argentino durante el kirchnerismo participó como accionista minoritario en Siderar-Techint, como accionista mayoritario en YPF y como propietario total en AySA. Esto significa que la “ortodoxia”, la “heterodoxia” y el “estatismo” no solo expresan variaciones entre países, sino que también pueden coexistir bajo un mismo gobierno: en Siderar el control político del mercado fue mínimo, en YPF el control fue intermedio, y en AySA fue máximo. La hipótesis de este artículo es que cada formato respondió (y se circunscribió) a los incentivos que motivaron cada estatización: Siderar fue utilizada solo para acceder a rentas, YPF para frenar una salida de divisas de consecuencias devaluatorias e inflacionarias, y AySA para impedir el aumento de tarifas. Todos estos objetivos expresaron, cada uno a su modo, un propósito central

del kirchnerismo: garantizar un esquema redistributivo para su coalición social basado en subsidios, precios y tarifas.⁶

El análisis de los casos sigue el método de “rastreo de procesos para la construcción de teorías” (Beach y Pedersen, 2013) desde un enfoque de economía política comparada (Gourevitch, 1993).

3. El Estado-propietario total: AySA como política social

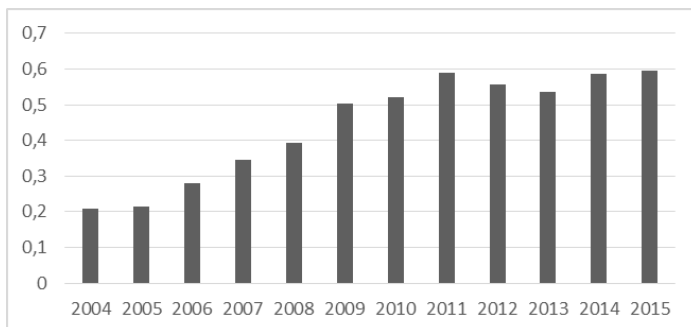
Aguas Argentinas SA (AASA) fue la empresa que, tras la privatización de Obras Sanitarias de la Nación en 1993, proveyó los servicios de agua potable y saneamiento a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a diecisiete partidos del Gran Buenos Aires. Antes de su reestatización en 2006, los accionistas de AASA eran el grupo Suez Environnement y el grupo Vivendi Universal SA (ambos constituidos en Francia), la Sociedad General de Aguas de Barcelona SA, radicada en España, y el Anglian Water Group Limited del Reino Unido.

Tras la salida de la convertibilidad, tanto el gobierno de E. Duhalde como el de N. Kirchner mantuvieron las tarifas de las empresas de servicios congeladas en pesos, lo que constituyó un frente de conflicto importantísimo con las empresas privatizadas, cuyas deudas estaban en dólares. Tras innumerables fracasos en las negociaciones entre AASA y el gobierno para descongelar tarifas, este último comenzó a buscar posibles reemplazantes para la concesión del servicio⁷, que iban desde los fondos de inversión Fintech y Latam Assets hasta grupos de capitales nacionales afines al gobierno como Brito, Mindlin y Eurnekian.⁸ Este último empresario fue el que más avanzó como posible reemplazante en la concesión: AASA le pedía 300 millones de dólares para ingresar, que equivalían a la mitad de la deuda que la empresa mantenía con la Corporación Financiera Internacional; Eurnekian no aceptó pagar la totalidad de ese monto y la negociación cayó.⁹ Como el ingreso de este empresario constituía el último recurso privado para asumir un servicio con la consigna de no dolarizar ni aumentar tarifas, el 21 de marzo de 2006 el gobierno de Kirchner estatizó la empresa y creó Agua y Saneamientos Argentinos (AySA).

La nueva empresa se colocó bajo la órbita de la Secretaría de Obras Públicas, dependiente del Ministerio de Planificación, Inversión Pública y Servicios conducido por J. de Vido. En efecto, el 90% de las acciones de la empresa serían intransferibles, esto es, imposibilitadas de privatización, y su titularidad sería ejercida directamente por el Ministerio de Planificación. El 10% restante de las acciones sería controlado por los trabajadores de la empresa (Decreto 304/2006). A su vez, y en relación con este último punto, la presidencia de la empresa fue otorgada a Carlos Ben, abogado perteneciente al Sindicato Gran Buenos Aires de Obras Sanitarias, conducido por José Luis Lingieri, con quien De Vido diseñó la reestatización de la empresa.

El control directo y total de la empresa por parte del Poder Ejecutivo permitió que se alcanzasen los objetivos que incentivaron la estatización, es decir, garantizar tarifas bajas para beneficiar la coalición popular que apoyaba al gobierno.

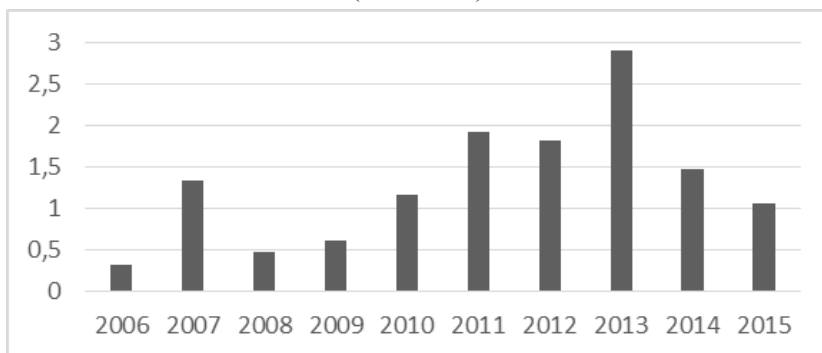
Gráfico 1: Porcentaje del PBI destinado por el Estado Nacional a gasto público en agua potable y alcantarillado (2004-2015)



Fuente: elaboración propia sobre datos de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Hacienda de la Nación.

Si bien el gobierno nacional invirtió de forma creciente en agua potable y saneamiento a nivel nacional (Gráfico 1), con picos en 2011 (0,58% del PBI) y 2015 (0,59% del PBI), es en la relación entre subsidios y ganancias de AySA donde podemos observar claramente la política coalicional realizada desde la empresa. Así, en el Gráfico 2 vemos cómo solamente en 3 de los 10 años de gestión kirchnerista de AySA estatal los subsidios fueron menores que los ingresos de la empresa (2006, 2008 y 2009), mientras que en los restantes 7 años los subsidios superaron los ingresos. En promedio, entre 2006 y 2015 el gobierno asignó subsidios que equivalieron a 1,31 veces los ingresos de la empresa, con notables picos en los años 2011 (1,91 veces), 2012 (1,82 veces) y 2013 (2,91 veces).

Gráfico 2: Proporción de subsidios respecto de los ingresos totales de AySA (2006-2015)



Fuente: elaboración propia sobre datos de AySA (Gestión de Datos Abiertos, Tablero General 2006-2019).

En relación con las tarifas, existieron dos grandes etapas. Señala Rocca (2018) que entre 2006 y 2011 las tarifas estuvieron congeladas. La tarifa media durante ese período fue de 27,40 pesos en promedio. A partir de 2011, indica la autora, mediante la Disposición SSRH N° 44/11 hubo un incremento del 290% para 169.671 usuarios que quedarían sin subsidios, mientras que los demás usuarios contarían con un descuento del 74,36%. Dentro de este grupo con aumento tarifario se encontraban los sectores considerados más rentables por el gobierno, como los bancos, los aeropuertos y las empresas de telefonía móvil, de hidrocarburos y de minería, entre otros, grupo al que en 2012 se agregan todos los usuarios de barrios privados, de Puerto Madero y de Barrio Parque (Rocca, 2018: 127). En 2014 continuó el aumento de tarifas según la zona: un 271% para los usuarios de los barrios más pudientes, un 178% para los barrios medios y un 95% para los barrios menos pudientes.

No obstante estas quitas de subsidios, la política coalicional realizada desde AySA tuvo un alcance global, más aún si se considera la inflación creciente durante aquellos años. Como dijimos, entre 2006 y 2011 la tarifa media fue de 27,40 pesos, pero hubo 0% de aumento tarifario con una inflación promedio de 18,56% en esos 5 años y un salario industrial promedio de 19.400,10 pesos. Es decir, la tarifa media expresaba el 0,14% del salario. Luego, la tarifa media entre 2011 y 2015 pasó a 160,60 pesos, un 32,12% anual, cuando el promedio de la inflación en esos años fue de 28,22% y el salario industrial promedio para aquellos años fue de 22.888,80 pesos. Esto quiere decir que la tarifa media expresaba el 0,55% del salario promedio.¹⁰ Aun así, el 93% de los usuarios hacia 2015 contaba con alguna forma de subsidio, como vemos a continuación:

Tabla 1: Subsidios de AySA en 2015 (en cantidad de usuarios)

Modalidad de subsidio	Cantidad de usuarios (hogares)
5% de reducción tarifaria	410.903
25% de reducción tarifaria	997.862
50% de reducción tarifaria	1.547.139
81,28% de reducción tarifaria	42.725
Tarifa Social	23.115
Tarifa Comunitaria	206
Caso Social	191
Total de usuarios subsidiados	3.045.653

Fuente: elaboración propia sobre datos de AFERAS (2018).

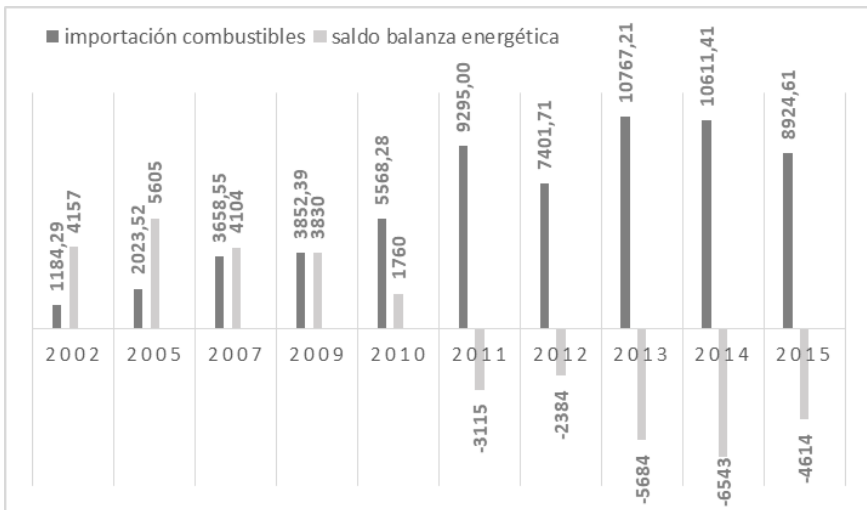
En síntesis, el control directo de AySA por parte del Poder Ejecutivo le permitió al gobierno alcanzar los objetivos políticos que incentivaron la estatización, esto es: garantizar tarifas bajas para beneficiar a la coalición popular que apoyaba al gobierno. La exclusión total del sector privado respecto de los procesos decisio-

nales ofrecida por el formato de gestión estatal seleccionado permitió la subordinación de los criterios de rentabilidad a los criterios políticos (i.e. coalicionales) del gobierno.

4. El Estado-accionista mayoritario: YPF como “estatización de mercado”

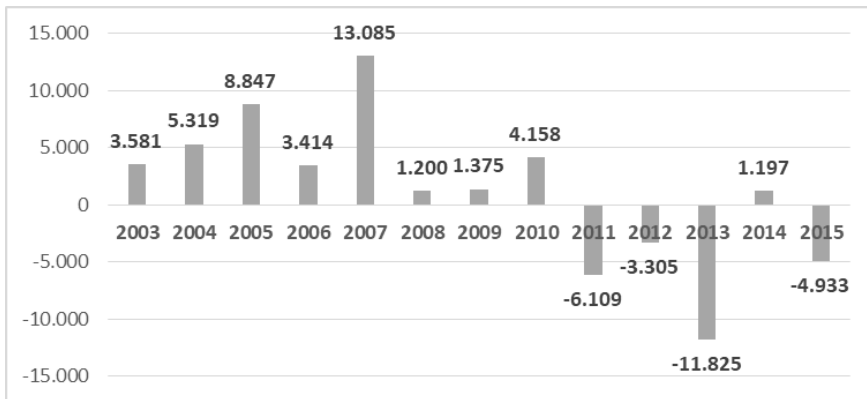
La estatización de Repsol-YPF en 2012 surgió como una medida para detener la salida de divisas sobre las cuales se articulaba el esquema redistributivo del kirchnerismo basado en salarios indirectos y gasto público. El kirchnerismo se vio afectado por dos procesos paralelos determinados por su frágil dependencia de las divisas comerciales del agro: la baja en el precio de la soja y la salida irrefrenable de divisas por importación de energía (lo que puede verse en los Gráficos 3 y 4). El reemplazo del empresariado privado por el Estado en YPF serviría para anular el giro de utilidades en dólares al exterior y dejar de importar energía, al ser ambos problemas una consecuencia de la estrategia comercial de Repsol. Si la falta de divisas continuaba, el gobierno no podría resistir la presión devaluatoria ni la disparada inflacionaria que la sucedería, y así afectaría a su coalición social.

Gráfico 3: Importación de combustibles y saldo de la balanza comercial energética, 2002-2015 (millones de dólares)



Fuente: elaboración propia sobre datos de la Secretaría de Energía, INDEC y del Balance Energético Nacional de la República Argentina.

Gráfico 4: Variación de las reservas internacionales, 2003-2015 (en millones de dólares)



Fuente: elaboración propia sobre datos del BCRA.

Ante esta caída crítica de las reservas, el gobierno de Cristina Kirchner desplegó una serie de medidas para tratar de contenerla, dentro de las cuales nos atrevemos a ubicar la estatización de Repsol-YPF.¹¹ Este objetivo tan acotado se correspondió con la utilización también acotada de YPF estatal en relación con su potencial de transformación estructural. En otras palabras, con objetivos tan inmediatos como detener la caída de reservas, alcanzó con que el Estado reemplazara al empresario privado para cortar el giro de utilidades y dejar de importar combustibles, sin que fuese necesario que el Estado reemplazara al mercado. Por esta razón, la exclusión de los actores privados fue intermedia. Se seleccionó un formato de gestión estatal de Sociedad Anónima, y el Estado jugó como un actor privado más en un mercado desregulado, como veremos a continuación.

La rentabilidad de Repsol-YPF fue de 4.693 millones de euros en 2010 y de 2.193 millones de euros en 2011, año previo a la estatización.¹² La intervención del Estado no se debió, entonces, a que la empresa se encontrase en crisis, como sí sucedió con otras estatizaciones, sino a las consecuencias macroeconómicas de la estrategia comercial de Repsol, tal como lo explicaban los interventores oficiales en aquel momento, Julio de Vido (ministro de Planificación, Inversión Pública y Servicios) y Axel Kicillof (secretario de Política Económica y Planificación del Desarrollo):

la necesidad de importar combustibles fue la consecuencia directa del propio accionar de Repsol en YPF, cuya desinversión significó la caída de la producción de petróleo y gas, con la consecuente necesidad de recurrir a las compras de estos combustibles en el exterior (De Vido y Kicillof, 2012: 27-29).

Antes de la estatización, en 2007, el gobierno había intentado influir en las decisiones de Repsol mediante la introducción de un empresario afín al gobierno, el Grupo Petersen, liderado por Enrique Eskenazi, dedicado en ese momento tanto a la construcción e infraestructura pública como a la actividad bancaria y agraria de la que surgió. En 2007, Petersen adquirió un 14,99% de acciones; en 2008 obtuvo un 0,47% más; y en 2011 adquirió otro 10%. De este modo, contaba con el 25,46% de las acciones de Repsol-YPF. No obstante, el ingreso de un grupo afín al gobierno con la expectativa de coordinar metas con el Poder Ejecutivo no dio resultado: ni la desinversión de Repsol ni el giro de utilidades al exterior pudieron ser revertidos¹³, de modo tal que el gobierno decidió estatizar el conjunto de acciones perteneciente a Repsol.

Entonces, ¿cuál fue el formato de gestión estatal seleccionado? Antes de ser privatizada en 1992, YPF era directamente una repartición del Poder Ejecutivo: entre 1922 y 1989, la empresa se ubicó siempre bajo la órbita de distintas direcciones y ministerios pertenecientes a las áreas de agricultura, minería, industria, energía y economía. En los regímenes normativos de “Empresas del Estado” y de “Sociedades del Estado” es donde se expresa con mayor contundencia que YPF se encontraba al margen de las dinámicas del mercado.¹⁴ Estos regímenes implicaban que a) la empresa no podía quebrar; b) sus directorios estarían integrados por ministros; c) las ganancias de la empresa dependían del Tesoro Nacional; d) se prohibía el ingreso de capitales privados; y e) se prohibía la transformación de la empresa en una sociedad anónima. En lo comercial, ningún agente privado involucrado en los procesos de extracción era dueño del petróleo extraído, sino que todos estaban obligados a vendérselo a YPF al precio que la estatal fijara. YPF (es decir, el Poder Ejecutivo) regulaba precios, aranceles, importaciones, exportaciones y niveles de producción y distribución para todo el mercado (Etchemendy, 2015: 166). Es decir, YPF, en tanto que repartición del Poder Ejecutivo, regulaba el mercado de hidrocarburos.

Muy por el contrario, tras su estatización en 2012, YPF a) es una empresa privada, cuyo accionista mayoritario es el Estado¹⁵; b) sus acciones son intercambiables en el mercado financiero global; c) la empresa se encuentra expuesta a Ofertas Públicas de Adquisición; d) la conformación del directorio de la empresa se realiza mediante votaciones en asambleas por cada tipo de accionista; e) debe garantizar rentabilidad para el conjunto de accionistas distribuidos en la Bolsa de Buenos Aires (BCBA) y la Bolsa de Nueva York (NYSE); f) los accionistas minoritarios pueden interferir en las designaciones, los balances, la distribución de dividendos, etcétera; g) se encuentra regulada por el derecho privado, de modo tal que no cuenta con ninguna de las ventajas comerciales correspondientes al sector público enumeradas más arriba; y h) al no depender del Poder Ejecutivo, desde YPF no se adoptaron decisiones regulatorias orientadas a beneficiar a sectores y actores de la economía seleccionados políticamente.

A continuación, observaremos a) las cuotas de producción y los ingresos/egresos de empresas al mercado; b) la disposición de divisas de las empresas; c) el CEO designado; d) la política de precios; y e) la estrategia de asociaciones comerciales.

A su vez, veremos cómo la exclusión intermedia de los actores privados implicó que YPF fuera una “estatización de mercado”, esto es, que el Estado juegue como un actor privado más en un mercado desregulado.

4.1. Actores y cuotas de mercado

En la Tabla 2 podemos observar que, tras la estatización, no hubo modificaciones en la asignación de espacios en el mercado de producción de petróleo, sino que las mismas empresas prácticamente no cambiaron de posición durante todo el período. A la vez, no se expulsaron actores ni se incorporaron nuevos.¹⁶

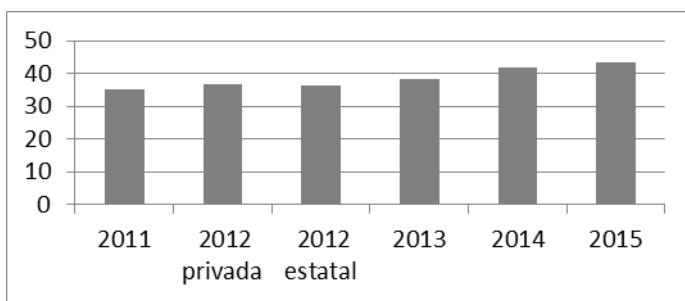
Tabla 2: Primeras 15 empresas según volumen de producción de petróleo por año (producción por recuperación, primaria y secundaria; medido en m³), 2011-2015

2011	2012 privada	2012 estatal
YPF SA	YPF SA	YPF SA
Pan American Energy	Pan American Energy	Pan American Energy
Petrobras Argentina SA	Pluspetrol SA	Petrobras Argentina SA
Chevron Argentina SRL	Sinopec	Sinopec
Sinopec	Petrobras Argentina SA	Pluspetrol SA
Pluspetrol SA	Chevron Argentina SRL	Chevron Argentina SRL
Tecpetrol SA	Tecpetrol SA	Tecpetrol SA
Petro Andina	Entre Lomas	Entre Lomas
Entre Lomas	Comp. Asoc. Petrol. SA	Comp. Asoc. Petrol. SA
Comp. Asoc. Petrol. SA	Enap Sipetrol Argentina SA	Enap Sipetrol Argentina SA
Petroq. Comodoro Rivadavia SA	Petroq. Comodoro Rivadavia SA	Petroq. Comodoro Rivadavia SA
Enap Sipetrol Argentina SA	Apache Energía Arg. SRL	Apache Energía Arg. SRL
Occidental Argentina	Total Austral SA	Total Austral SA
Apache Energía Arg. SRL	Petrolera LF Company	Petrolera LF Company
Total Austral SA	Roch SA	Chañares Energía SA
2013	2014	2015
YPF SA	YPF SA	YPF SA
Pan American Energy	Pan American Energy	Pan American Energy
Pluspetrol SA	Pluspetrol SA	Pluspetrol SA
Sinopec	Sinopec	Sinopec
Petrobras Argentina SA	Petrobras Argentina SA	Tecpetrol SA
Chevron Argentina SRL	Chevron Argentina SRL	Chevron Argentina SRL
Tecpetrol SA	Tecpetrol SA	Petrobras Argentina SA
Entre Lomas	Entre Lomas	Entre Lomas
Comp. Asoc. Petrol. SA	Comp. Asoc. Petrol. SA	Comp. Asoc. Petrol. SA
Enap Sipetrol Argentina SA	Enap Sipetrol Argentina SA	Enap Sipetrol Argentina SA
Petroq. Comodoro Rivadavia SA	Petroq. Comodoro Rivadavia SA	Petroq. Comodoro Rivadavia SA
Apache Energía Arg. SRL	Apache Energía Arg. SRL	Compañía Gral. de Combustibles SA
Total Austral SA	Total Austral SA	Total Austral SA
Chañares Energía SA	Roch SA	Petrolera El Trébol SA
Petrolera LF Company	Chañares Energía SA	Roch SA

Fuente: elaboración propia sobre datos del Ministerio de Energía y Minería de la Nación.

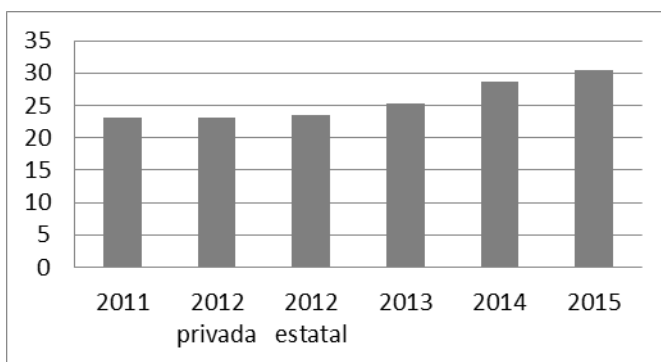
Además, el desempeño de la propia YPF en niveles de producción de petróleo y gas antes y después de la estatización no mostró tampoco cambios sustanciales. En el Gráfico 5 vemos que en 2011 el porcentaje de producción de petróleo de YPF –gestión privada– respecto del total producido por todas las empresas fue de 35,14 y en 2015 –tras 4 años de gestión estatal– fue de 43,26, lo que implica un incremento del 8,12%. Lo mismo se puede afirmar respecto del gas, como se observa en el Gráfico 6: en 2011, YPF produjo el 23,16% de gas del total producido, mientras que en 2015 esa producción ascendió al 30,43%, lo cual significa un incremento del 7,27%. En síntesis: la estatización no modificó la composición del mercado.

Gráfico 5: Cuota de producción de petróleo de YPF, 2011-2015 (porcentaje)



Fuente: elaboración propia sobre datos del Ministerio de Energía y Minería de la Nación.

Gráfico 6: Cuota de producción de gas de YPF, 2011-2015 (porcentaje)



Fuente: elaboración propia sobre datos del Ministerio de Energía y Minería de la Nación.

4.2. La libre disponibilidad de divisas para el sector privado

Si una de las decisiones más drásticas para la desregulación del mercado de hidrocarburos fue el Decreto 1.589 de 1989, que eliminó aranceles y derechos de exportación, al tiempo que ofreció libre disponibilidad para el 70% de las divisas obtenidas en la comercialización nacional e internacional, en 2013, mediante el Decreto 929/2013, la libre disponibilidad para las empresas privadas del sector fue ampliada al 100% de las divisas obtenidas. Al mismo tiempo, se las eximió de pagar impuestos a la comercialización del 20% de lo producido y, mediante los Decretos 927/2013 y 560/2014, se eliminó la totalidad de los impuestos a la importación de maquinarias y equipos del sector de hidrocarburos.

4.3. El Gerente General (CEO) designado en YPF

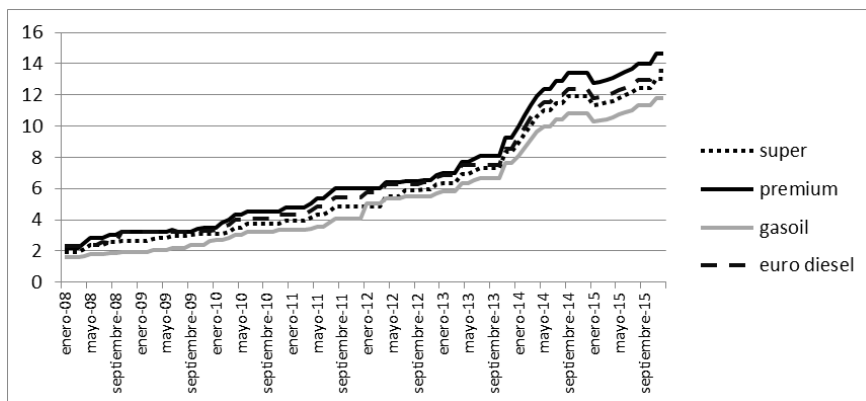
La designación en 2012 de Miguel Galuccio como gerente general (o CEO) de YPF estatizada fue un compromiso con el mercado y una señal de que la empresa no sería administrada políticamente. Galuccio, ingeniero en petróleo del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), designado como gerente general a sus 44 años, había trabajado como gerente para México y América Central de la petrolera francesa Schlumberger. Antes de ser designado en YPF estatal, había sido ascendido a gerente de producción de Schlumberger en Londres, tras crear allí la división Schlumberger Production Management. Además, los inicios de su carrera profesional fueron en la YPF privatizada, empresa para la cual había coordinado operaciones desde Indonesia.¹⁷ Galuccio llegó a YPF a principios de los años noventa, de la mano de José Estenssoro, interventor de YPF y Gas del Estado desde agosto de 1990, primer gerente general de la YPF privatizada, y conductor de la desestatización y ampliación internacional de la empresa.¹⁸

Otra importante señal al mercado fue el desplazamiento, dentro del directorio y de otros espacios de la empresa, de los funcionarios ligados al Ministerio de Planificación y a su líder durante los tres gobiernos kirchneristas, Julio de Vido. Bajo la órbita de este ministerio se ubicaron muchas de las estatizaciones realizadas durante el período (ferrocarriles, satélites, servicios de agua y saneamiento, y algunas aerolíneas), además de haber sido el ministerio desde el cual se adoptaban las decisiones vinculadas tanto a subsidios e infraestructura energética como a la regulación de ese sector. Esto quedó cristalizado cuando se produjo el reemplazo de Roberto Baratta (secretario de Coordinación, del Ministerio de Planificación) por Axel Kicillof (en ese momento secretario de Política Económica y Planificación del Desarrollo, del Ministerio de Economía) en tanto que representante del Poder Ejecutivo (acciones clase A) en el directorio de YPF.¹⁹

4.4. La política de precios de YPF

Desde el inicio de la gestión estatal de YPF, la política de incremento de precios fue utilizada con el doble propósito de obtener rentabilidad y, al mismo tiempo, enviar claras señales al resto de los actores del mercado de que la empresa no manejaría precios fijados políticamente, por lo que invertir en YPF sería una opción segura.

Gráfico 7: Evolución del precio de los combustibles de YPF para venta al público, CABA, 2008-2015 (por litro)



Fuente: elaboración propia sobre datos de la Confederación de Entidades del Comercio de Hidrocarburos y Afines de la República Argentina.

En el Gráfico 7 vemos que, si bien los precios para la venta al público de combustibles han subido de forma prácticamente ininterrumpida, entre julio de 2012 y fines de 2015 los precios aumentaron 126,1%, un promedio de aumento de 3 puntos mensuales. De todos modos, tras la estatización, estos incrementos tienen picos particulares, principalmente entre 2013 y 2014.²⁰

4.5. La estrategia de asociaciones de YPF

La explotación de los recursos no convencionales descubiertos en 2011 en Vaca Muerta le permitieron a YPF estatizada combinar una serie de objetivos que se encontraban entre los incentivos estatizadores: la obtención de divisas, la maximización de ganancias para los accionistas y el fortalecimiento del mercado. Según preveía el Plan Estratégico 2013-2017 presentado por la gestión estatal de YPF, la extracción de petróleo podría aumentar un 29%, del cual el 46% estaría representado por *shale oil*, mientras que la extracción de gas podría aumentar un 23%, del cual el 59% estaría representado por *shale* y *tight gas* (Pérez Roig, 2016: 27). A su vez, los recursos no convencionales recibirían el 40% de las inversiones entre 2013 y 2017, del cual el 70% se obtendría por ganancias, toma de deuda por parte de la empresa y aumentos de precios (Di Risio, 2016: 69). Para este “boom” de los no convencionales, YPF desarrolló una importante estrategia de asociaciones que priorizó a algunas de las empresas petroleras y financieras más grandes del mercado global, como vemos en la Tabla 3:

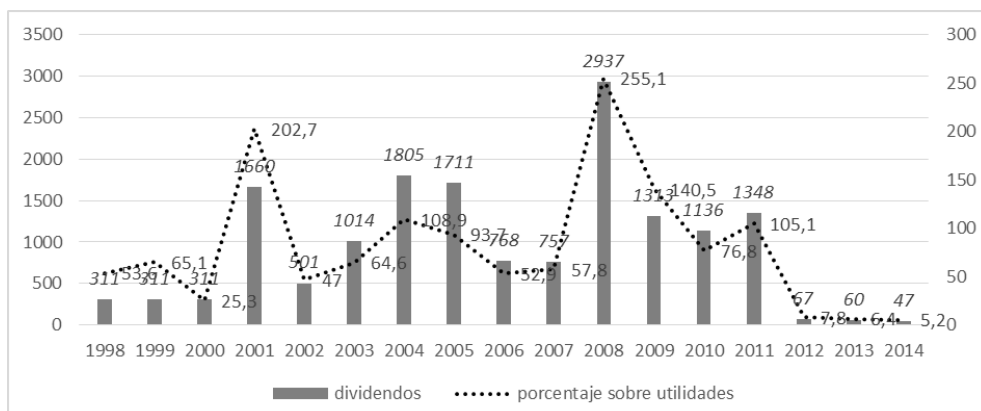
Tabla 3: Empresas y agencias internacionales incorporadas por YPF SA al proyecto de explotación de Vaca Muerta

Empresas petroleras extranjeras	Empresas financieras	Agencias estatales extranjeras
Chevron (EE.UU.) Dow Petrochemical (EE.UU.) ExxonMobil (EE.UU.) Halliburton (EE.UU.) General Electric (EE.UU.) Apache (EE.UU.) Petronas (Malasia) Schlumberger (Francia) Shell (Gran Bretaña-Holanda) Wintershall (Alemania) CNOOC (China) Petrobras (Brasil) Total (Francia) Statoil (Noruega) BP plc (Gran Bretaña)	Banco Mundial Banco Interamericano de Desarrollo Citibank ICBC Deutsche Bank Goldman Sachs Credit Suisse Export Development Canada	Grupo de Trabajo Binacional en Energía entre Estados Unidos y Argentina (Argentina Binational Energy Working Group (BEWG)) Unconventional Gas Technical Engagement Program (UGTEP) DOI-ITAP (Estados Unidos)

Fuente: elaboración propia sobre datos de EJES (2017) y Petrotecnia (2014).

Como dijimos al principio, el reemplazo del empresariado privado por el Estado en YPF serviría para anular el giro de utilidades en dólares al exterior y dejar de importar energía, objetivo que se logró ampliamente, como vemos en el Gráfico 8. Sin embargo, como también hemos demostrado, para este objetivo relativamente acotado, el formato de gestión estatal seleccionado, una Sociedad Anónima autónoma del Poder Ejecutivo, resultaba el más adecuado: no se encontraba entre los incentivos de la estatización la regulación del mercado de hidrocarburos ni la exclusión total de los actores privados en los procesos decisionales.

Gráfico 8: Dividendos (millones de dólares) y utilidades (porcentaje) girados por YPF, 1998-2014



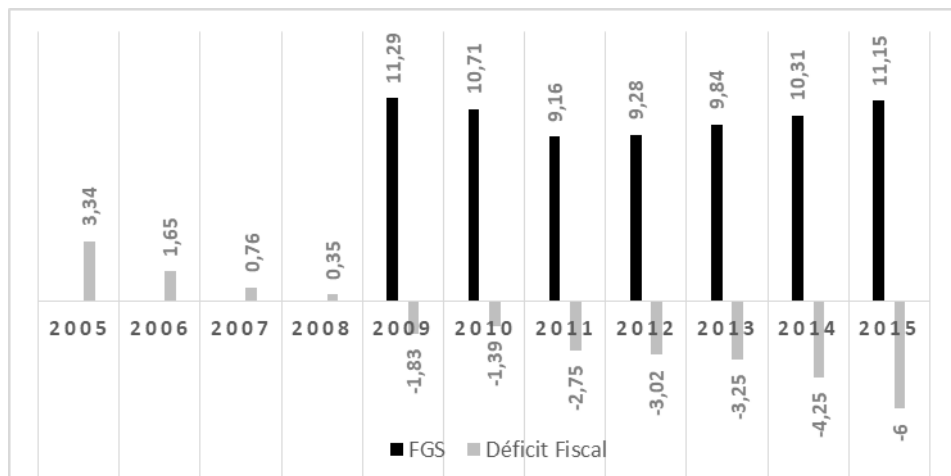
Fuente: CEPAL (2015).

5. El Estado-accionista minoritario: Siderar y la captura de rentas

El Estado como accionista minoritario expresa uno de los formatos de gestión que menos herramientas de intervención le puede ofrecer a los gobiernos, pero no por eso el comportamiento de los gobiernos frente a las decisiones empresariales es menos “político”. Por el contrario, el comportamiento del gobierno kirchnerista en Siderar fue básicamente rentista: los directores estatales designados presionaron para que la empresa liquidara dividendos con el propósito de conseguir nuevas fuentes de financiamiento político, en un contexto en el que resultaban escasas, tanto porque el déficit fiscal era muy alto, como así también porque las fuentes utilizadas hasta el momento no estaban disponibles, como veremos más adelante.

¿Cómo llegó el gobierno –mediante la ANSES (Administración Nacional de la Seguridad Social)– a contar con acciones en Siderar (Grupo Techint), una de las empresas siderúrgicas más grandes del mundo?²¹ Ante la crisis financiera global de 2007-2008 y las dificultades para encontrar financiamiento externo, la estatización de los fondos previsionales privados apareció ante los ojos del gobierno de Cristina Fernández como una gran oportunidad para acceder a los 30.000 millones de dólares con los que contaba el sistema previsional privado –además de unos 500 millones de dólares en aportes mensuales–, que servirían para financiar (sin aumentar la presión impositiva ni recurrir al endeudamiento) las jubilaciones de los millones de nuevos beneficiarios incluidos por el gobierno al sistema jubilatorio mediante el Programa de Regularización Previsional (Novaro, Bonvecchi y Cherny, 2014: 347). Los fondos previsionales privados, o AFJPs, contaban, a su vez, con acciones minoritarias en 46 inmensas empresas de diferentes rubros, de modo tal que, al estatizar las AFJPs, el gobierno, a través de la ANSES²², pasó a contar también con estas acciones, entre las que se encontraba el 25,97% de las acciones de Siderar.²³ Con este conjunto de acciones se creó en 2008 el Fondo de Garantía de Sustentabilidad (FGS) dependiente de la ANSES²⁴, conducido por su director ejecutivo y por los secretarios de Finanzas, Hacienda y Política Económica del Ministerio de Economía. En el Gráfico 9 podemos ver la evolución y gravitación económica del FGS:

Gráfico 9: Fondo de Garantía de Sustentabilidad y Déficit Fiscal, 2005-2015 (ambos en porcentaje del PBI)



Fuente: elaboración propia sobre datos de Ferreres (2020) y Datosmacro.com.

En 2009, la designación del economista desarrollista Aldo Ferrer como director estatal en Siderar no había generado resistencias por parte de Techint, pero, en 2011, el gobierno quiso ampliar su poder en el directorio de Siderar mediante la designación de tres directores estatales, lo que desató el conflicto más importante entre el gobierno y el grupo. Ese año, Cristina Kirchner buscaba renovar su mandato presidencial en medio de un contexto económico crítico, tal como describimos en el caso anterior (presión inflacionaria por salida de divisas y déficit fiscal por gasto público, principalmente subsidios), de modo tal que los recursos recaudados por la ANSES a partir de sus participaciones accionarias aparecían como una herramienta más que útil para no interrumpir el esquema de beneficios redistributivos del gobierno hacia su coalición social. De hecho, el Poder Ejecutivo ya financiaba parte importante de sus políticas mediante títulos públicos emitidos por la ANSES.²⁵

La base de esta estrategia era ampliar la cantidad de directores estatales en aquellas empresas en las que el Estado poseyera más del 20% de las acciones.²⁶ De este modo, el gobierno ampliaría su poder de voto en el directorio de Siderar y así podría presionar para que la empresa liquidara dividendos entre los accionistas en lugar de destinarlos a, por ejemplo, inversión o a ahorro. Para conseguirlo, el gobierno emitió el Decreto 441/2011. En palabras de A. Boudou, ministro de Economía en aquel entonces,

hasta la fecha, no importaba el capital accionario que la ANSES tuviera en una empresa, tenía que ejercer su derecho como si tuviera no más del 5% del total. A partir de mañana, y por el Decreto 441/2011 tendrá la presencia

de acuerdo al capital accionario que posea, sin limitaciones, e integrará el directorio.²⁷

La medida fue rápida y ampliamente resistida, no solo por el Grupo Techint sino también por las más importantes cámaras empresariales, como la Asociación Empresaria Argentina (AEA) y la Unión Industrial Argentina (UIA).²⁸ Techint decidió que la asamblea del directorio de Siderar pasara a un cuarto intermedio y desconoció el Decreto 441/2011. Afirmaba que era inconstitucional, y así impidió la ampliación de la representación estatal. No obstante, la asamblea comunicó que aprobaba el pago de dividendos a los accionistas por un valor de 1.511 millones de pesos, casi cuatro veces más que el monto fijado por la asamblea un mes antes (Mussi, 2013). Paralelamente al conflicto judicial desatado por el incumplimiento del decreto, este anuncio del giro de dividendos se transformó en el principal conflicto entre el gobierno y la empresa. El gobierno afirmaba que la empresa debía liquidar 6.455 millones de pesos, de los cuales ANSES, como accionista minoritario, recibiría 1.676. Por su parte, Techint sostenía que liquidaría solo 1.511 millones, de los cuales ANSES recibiría 392.5 millones, ya que, según Techint, los 6.455 millones no eran recursos líquidos sino participaciones en empresas del grupo en México y Venezuela, y *stocks* de materia prima revalorizados en los últimos tiempos, que se expresaban en ganancias de capital.²⁹

Que el propósito de la estrategia del Estado fuese la obtención de los dividendos en todas las empresas privadas cuyas acciones integraran el FGS no era un secreto. En palabras de Ricardo Nissen, líder del equipo de abogados de la ANSES,

lo que quiere la ANSES es designar directores hasta un tercio de las vacantes a llenar, por voto acumulativo. En *Clarín* va a haber una actitud similar [a la adoptada en Siderar]. Tratar de designar directores y cuidar la inversión que tiene la ANSES en la compañía y que haya distribución de dividendos.³⁰

La referencia a *Clarín* es importante, ya que estas declaraciones tenían lugar cuando el gobierno comenzaba a replicar la estrategia de ampliación de directores estatales en las demás empresas del FGS, estrategia que en ese momento fracasaba, por la resistencia de los privados, en Clarín, Molinos, Solvay Indupa y Banco Macro.³¹ En el caso de Siderar, y tras la intervención del Poder Judicial y de la Comisión Nacional de Valores³², ambas partes llegaron a un acuerdo: el gobierno aceptaría la liquidación de los 1.511 millones de pesos (solo el 23,40% de lo que reclamaba), y Techint aceptaría la designación de los tres nuevos directores estatales.

Los directores designados fueron el ya mencionado Axel Kicillof, un economista proveniente de la militancia universitaria progresista, integrante de La Cámara, agrupación que por aquel entonces constituía el nuevo círculo de confianza de la presidenta Cristina Kirchner. Mediante este nuevo espacio político, la presidenta buscaba autonomizarse de la estructura política justicialista de la cual, por cierto, provinieron los otros dos directores: Francisco Cudós, del sindicato Unión Obrera Metalúrgica, quien ya integraba el directorio de Siderar en representación

de los trabajadores, y el contador Damián Camacho, vicepresidente del Banco de Inversión y Comercio Exterior y funcionario del Ministerio de Planificación, conducido por De Vido.³³

Como decíamos al inicio de este apartado, el desempeño del gobierno como accionista minoritario en Siderar fue “rentista”. Bonvecchi sintetiza y explica este patrón “rentista” del siguiente modo:

Aumentando la recaudación y forzando la distribución de dividendos de esas compañías, el gobierno obtendría fuentes de financiamiento no inflacionarias del gasto público y desaceleraría el deterioro de la balanza comercial. Cuando el principal grupo exportador industrial (Techint) se negó a distribuir dividendos, el kirchnerismo concretó su amenaza incrementando su poder de voto en el directorio y sustituyendo un director amigable por otro hostil a los planes de la empresa (Bonvecchi, 2011: 150).

Así, y como señalamos antes, si bien el Estado en tanto que accionista minoritario cuenta con pocas herramientas de intervención, el comportamiento de los gobiernos frente a las decisiones empresariales no dejó de ser altamente “politizado”, como detallaremos enseguida en las conclusiones.

6. Conclusiones

El objetivo de este trabajo fue mostrar cómo diferentes formatos de gestión estatal –cada uno con diferentes grados de intervención sobre el mercado– pueden coexistir bajo un mismo gobierno, sin responder necesariamente a las variaciones históricas de las estrategias de *management* que predicen algunos estudios. En otras palabras: no hay una única forma de gestionar las empresas públicas una vez que los mercados se desregulan y globalizan, y los casos de AySA, YPF y Siderar son muestra de ello. Como afirmaba la hipótesis de este artículo, vimos cómo los objetivos iniciales que motivaron la participación del Estado en cada una de estas empresas determinaron la selección de cada uno de estos formatos: para congelar tarifas, se seleccionó el control total de AySA; para frenar la salida de divisas, el Estado reemplazó a Repsol como accionista mayoritario; y para conseguir fuentes de financiamiento alternativas, el Estado modificó su conducta de accionista minoritario en Siderar. Esta subordinación pragmática de los formatos de gestión a los diferentes objetivos políticos circunstanciales es elocuente respecto de la visión del kirchnerismo sobre el sector público: no parece ser posible hablar de “dirigismo”, de “estatismo” o de “planificación estratégica”, por más de que haya habido funcionarios inclinados hacia estas visiones, o por más de que entre 2003 y 2015 el Estado haya estatizado casi una veintena de empresas y se haya vuelto accionista minoritario de otras casi cuarenta empresas. De todos modos, el hecho de que la estatización haya sido una opción recurrente, si bien no nos permite hablar de dirigismo o estatismo como estrategia, sí nos permite hablar de un “estatismo táctico” o de “pragmatismo de Estado”.³⁴

Otro elemento que vale la pena mencionar tiene que ver con la relación entre los niveles de intervención en el mercado que brindan los diferentes formatos de

gestión y la “politización” de la gestión de las empresas. Si por “politización” entendemos los intentos gubernamentales de seleccionar políticamente “ganadores” y “perdedores” desde la gestión de una empresa, subordinando a esta selección todo criterio de rentabilidad económica, entonces este artículo nos ha mostrado que esa relación no es directamente proporcional. En este sentido, la politización puede tener lugar aun cuando el Estado sea un accionista minoritario y cuente con pocos o nulos recursos para intervenir en el mercado, como en el caso de Siderar, donde la politización fue mayor que en YPF, empresa en la que el Estado fue accionista mayoritario. De hecho, este comportamiento o relación no directamente proporcional podría figurarse mejor si imaginamos una curva parabólica: los criterios políticos predominaron en los formatos polares de gestión (propiedad total y accionista minoritario) pero no en el formato intermedio (accionista mayoritario). Cuando el Estado fue propietario total en AySA, el criterio político fue predominante: el gobierno decidió beneficiar a diferentes sectores de su coalición mediante políticas tarifarias. Cuando el Estado fue accionista minoritario en Siderar, el criterio político también fue predominante: el Poder Ejecutivo presionó a la empresa para que girase dividendos –en tanto fuente alternativa de financiamiento político– al margen de los planes económicos que el directorio privado había diseñado. No obstante, cuando el Estado fue accionista mayoritario en YPF, esto es, cuando tuvo más recursos que en Siderar y menos que en AySA, la “politicidad” con la que llevó adelante su gestión fue menor que en los otros dos casos, puesto que la estructura del mercado (actores, precios, cuotas, cupos, designaciones, entre otros) permaneció intacta tras la estatización.

Finalmente, en tanto que este trabajo ha mostrado que el formato de gestión estatal de las empresas estatizadas no es meramente una cuestión de tipos de *management* asociados a paradigmas epocales más o menos modernos o innovadores, sino que viene a plasmar diversos objetivos y comportamientos políticos que conviven en las experiencias capitalistas contemporáneas, explorar otros casos nacionales con variados formatos de gestión de empresas estatizadas podría servir en el futuro para confirmar –o refutar– estos hallazgos.

Referencias

1. El listado completo de empresas no financieras estatizadas por el Estado nacional entre 2003 y 2015 es: Correo Argentino (2003), LAPA (2003), Dinar (2003), Thales Spectrum (2004), Ferrocarril San Martín (2004), Nahuel SAT (2004), Aguas Argentinas (2006), Ferrocarril Belgrano Sur (2007), Ferrocarril Roca (2007), TANDANOR (2007), Aerolíneas Argentinas (2008), Lockheed Martin Aircraft (2010), Ferrocarril Mitre (2012), Ferrocarril Sarmiento (2012), Ciccone Calcográfica (2012), Repsol-YPF (2012) y Belgrano Cargas (2013). Tanto Aerolíneas Argentinas como Repsol-YPF contaban, respectivamente, con acciones de otras 5 y 17 empresas más, que pasaron a depender del Estado. Entre las estatizaciones de empresas financieras es importante destacar la estatización de las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJPs) en 2008.
2. Algunos ejemplos del tránsito de la preferencia 1 a la preferencia 2 (es decir, el ingreso de la “nueva burguesía” afín al gobierno en aquellas empresas con las que no hubo acuerdos) son: Wertheim en TELECOM (France Telecom) en 2003, Pampa Energía (Mindlin) en TRANSENER (Petrobras) en 2004 y en EDENOR (Electricité de France) en 2005, Electroingeniería en TRANSENER (National Grid)

en 2006, Eurnekian en AGUAS ARGENTINAS (Suez, Agbar y otros) en 2006, Petersen (Eskenazi) en YPF (Repsol) en 2007, Chemo/Insud (Sigman) en Gas Natural BAN (Naturgy España) en 2008, Indalo (López) en PETROBRAS (estatal brasileira y BM&F Bovespa) en 2010, Bidas (Bulgheroni) en ESSO (Exxon Mobil) en 2011, Emgasud en Ashmore Energy International (ENRON) en 2011 y MacFarlane en EDELAP (AES Corporation) en 2012. Antes del año 2003, todos los grupos locales mencionados se encontraban principalmente en los sectores financiero, comercial, inmobiliario, medios de comunicación, agropecuario y agronegocios. Con la excepción de Bidas, ninguno de estos grupos operaba en el sector industrial. La idea de construir una “nueva burguesía industrial”, según Gaggero y Schorr (2017), fue una idea inicial del kirchnerismo que solo perduró discursivamente. Podemos precisar aquí que, más allá de lo discursivo, la idea inicial de una nueva burguesía quedó acotada a estos intentos de ingresos de empresarios locales no-industriales en algunos negocios gestionados por empresas multinacionales. Bonvecchi (2011) incluye esta estrategia de penetración empresarial en lo que denomina “capitalismo selectivo” kirchnerista.

3. En general, las estatizaciones kirchneristas, enumeradas en la nota 1 se produjeron de acuerdo con esta secuencia, o bien constituyeron “salvatajes”, esto es, estatizaciones que tienen lugar cuando las empresas están en crisis y los recursos privados de asistencia (nuevos créditos, traspasos, fusiones, u otros) ya se utilizaron y fracasaron, o no estaban disponibles por desinterés de los privados (sobre este tema ver Chaia De Bellis, 2020).

4. Las “Siete Hermanas” fue el nombre dado por Enrico Mattei, el poderoso e histórico fundador y director de la estatal italiana ENI (Ente Nazionale Idrocarburi), a las empresas petroleras más poderosas del mundo hasta la “Crisis del petróleo”.

5. El caso argentino ha sido abordado desde la historia económica por Belini y Rougier (2008), cuyo trabajo -si bien no se concentra exclusivamente en las estatizaciones, sino que realiza una historia de las principales empresas públicas y de los debates político-económicos alrededor de la intervención del Estado en la economía- constituye un material ineludible sobre esta temática.

6. Etchemendy (2019) afirma que los gobiernos kirchneristas construyeron una coalición con los sectores populares a partir de tres indicadores: la incorporación al Estado de dirigentes gremiales y de movimientos sociales; el involucramiento de estos dirigentes en el diseño e implementación de políticas que beneficiaron a los miembros de esas organizaciones; y la promoción de la movilización política de los gremios y los movimientos sociales. En coincidencia con este argumento, e incluyendo una dimensión sectorial al análisis, Richardson (2009) afirma que el kirchnerismo expresó un “populismo orientado hacia las exportaciones”. El autor muestra cómo los gobiernos kirchneristas se apoyaron en la exportación de soja para construir una coalición popular, al aprovechar tanto el “boom” de su precio internacional, como así también el hecho de que los sectores populares argentinos no consumen esa oleaginosa ni sus derivados, de modo tal que los movimientos de sus precios no afectarían al mercado interno y, por lo tanto, no pondrían en crisis a la coalición popular. Esto permitió al kirchnerismo promover y beneficiar al sector agroexportador, paralelamente gravar las exportaciones y emplear esa recaudación para subsidiar otros bienes si consumidos por los sectores populares, principalmente carnes, trigo, transporte y energía. Además de los trabajos de Etchemendy (2019) y Richardson (2009) la cuestión de la coalición popular del kirchnerismo y sus políticas redistributivas son abordadas por Kapiszewski, Levitsky y Yashar (2021), Anigstein (2019), Garay (2017) y Etchemendy y Collier (2008).

7. “Agua fue de las primeras empresas en firmar un acta de acuerdo con el Gobierno, que contemplaba un ajuste tarifario del 53% en dos años. Sin embargo, el temor a la inflación hizo que el mismo Kirchner le bajara el pulgar al acuerdo” (*La Nación*, 22/03/2006: “Kirchner le rescindió el contrato a Aguas Argentinas”).

8. *Página/12*, 21/03/2006: “El desafío”.

9. *La Voz*, 22/03/2006: “Una ola estatista con viento a favor”. Además, AASA ya había denunciado a la Argentina ante el CIADI por 1.700 millones de dólares –amparándose en los Tratados Bilaterales de Inversión firmados por la Argentina durante la década de 1990 (más de 50)– y si transfería la gestión debía abandonar la demanda (*El Correo*, 22/03/2006: “Argentina rescindió el contrato con Aguas Argentinas del grupo Suez y re-estatizó el servicio”).

10. Datos elaborados a partir de Ferreres (2020).

11. Entre las medidas más importantes se encuentran: A) la creación de la Secretaría de Comercio Exterior, dirigida por Guillermo Moreno, desde la cual se incrementaron los controles a la salida de dólares por importaciones mediante el sistema de Declaración Jurada Anticipada de Importación. A través de este sistema, una serie de agencias (la AFIP, la Secretaría de Comercio Exterior, la Secretaría de Comercio Interior, el SENASA, la ANMAT, el Instituto Nacional de Vitivinicultura y el SEDRONAR) recibían de forma anticipada la solicitud de la mercadería a importar, y la rechazaban o aprobaban en función de si la mercadería podía encontrarse en el mercado interno o no. A su vez, el Banco Central y la Secretaría de Comercio Interior solo habilitaban dólares para importación o giro de utilidades si a cambio de las sumas que salían del país esas empresas acordaban ingresos equivalentes por exportaciones. B) el control a la compra de dólares o “cepo”, dispuesto por Axel Kicillof desde el Ministerio de Economía junto a la AFIP, agencia que autorizaba o rechazaba los pedidos de compra de dólares por parte de individuos o empresas para diferentes operaciones (ahorro, turismo, operaciones inmobiliarias, retiros de dinero en el exterior, entre otras). C) las negociaciones con el Club de París, también encabezadas por Kicillof, para que la Argentina pudiera obtener divisas mediante endeudamiento en el exterior. D) la “sintonía fina”, esto es, la eliminación o disminución de los subsidios tanto a aquellas empresas que hubieran mostrado mayor competitividad como así también a las tarifas de los hogares de altos ingresos.

12. *Informe Anual Repsol YPF 2010 y 2011*.

13. Como indica Sabbatella (2012: 210), esta adquisición de acciones fue posible a partir del endeudamiento de Petersen con BNP Paribas, Credit Suisse, Goldman Sachs, Itaú, y la propia Repsol. La cancelación de la deuda que permitió el ingreso sería saldada con los dividendos obtenidos cada año, de modo tal que la incorporación de Petersen solo implicó un incremento de la fuga de divisas, lo contrario al objetivo por el cual ingresó.

14. Leyes 13.653 de 1949, 20.558 de 1973, 20.705 de 1974, entre otras.

15. El 51% de las acciones de YPF con que cuenta el Estado central no es homogéneo, ya que solo le corresponde el 26,01%, mientras que el 24,99% pertenece a las provincias de la OFEPI (Organización Federal de Estados Productores de Hidrocarburos). Ese porcentaje de acciones se distribuye del siguiente modo: Neuquén tiene el 41,8%; Santa Cruz, el 20,9%; Mendoza, el 20,6%; Chubut, el 8,4%; Río Negro, el 3,2%; Tierra del Fuego, el 2,5%; Salta, el 2%; La Pampa, el 0,5%; y Formosa, el 0,2%.

16. Lo mismo sucedió en el mercado del gas, pero por razones de espacio no incluimos la muestra.

17. *Página/12* (05/05/2012): “Llega un técnico de prestigio para conducir YPF”. *La Nación* (04/05/2012): “Quién es Miguel Galuccio, el nuevo gerente de YPF”.

18. Estenssoro era ingeniero industrial del Rensselaer Polytechnic Institute de New York, y había trabajado en la Tennessee Gas Transmission Company. Fue presidente de Hughes Tool Company, presidente de Sol Petróleo SA (paralelamente a su cargo como director de YPF), y fundador y director de la empresa de extracción de petróleo crudo EPP SA (Baum, 2014).

19. Ver *Clarín* (05/06/2012): “Las nuevas autoridades de YPF. Todo el poder para Kicillof y Galuccio: desplazan a De Vido” y *La Política Online* (12/06/2012): “Kicillof quiere que Baratta pague el costo del desastre energético”.

20. Es muy interesante observar cómo también en este aspecto se produjeron conflictos entre el directorio “liberal” de YPF y algunos funcionarios “dirigistas” del propio gobierno nacional. Por ejemplo, durante los primeros meses de 2013, Guillermo Moreno, desde la Secretaría de Comercio Interior, había concertado un congelamiento de precios con las principales cadenas de supermercados nucleadas en la Asociación de Supermercados Unidos para controlar la inflación. En ese contexto, Galuccio, quien ya había sostenido en diciembre de 2012, tras aumentar los precios un 7%, que “la frecuencia (de las subas) estará dada por las condiciones de mercado”, sostuvo en un tono similar que “los aumentos seguirán el rumbo que requiera la compañía y la industria”. La respuesta de Moreno fue la Resolución 35/2013 de la Secretaría de Comercio Interior, mediante la cual se fijaba un precio tope para los combustibles líquidos por 6 meses, para garantizar “los derechos de los consumidores”. Al mismo tiempo, habilitaba la aplicación de la Ley de Abastecimiento (20.680) a quienes incumplieran con la Resolución (en cuyo texto se la consideraba una “herramienta eficaz para sistematizar las

relaciones entre los agentes económicos, especialmente en la prevención o represión de conductas especulativas o distorsivas en la provisión de productos y servicios, así como también respecto de sus precios”). La respuesta de Galuccio, esgrimando la autonomía de la empresa respecto de otras agencias del Poder Ejecutivo, fue: “YPF reitera que mantendrá su política de precios de acuerdo con su conveniencia y que esta decisión oficial no interfiere con el plan de comercialización planificado para este año”. Como vemos en el Gráfico 7, la posición de Galuccio (y del mercado) logró imponerse a la posición (regulatoria) de Moreno (ver *Clarín*, 05/02/2013: “El gobierno y la inflación: Moreno acordó con los súper congelar precios por dos meses”; *La Nación*, 10/04/2013: “Para YPF, la resolución de Moreno ‘no altera su política de precios’”; *La Política Online*, 10/04/2013: “Moreno congeló el precio de las naftas hasta las elecciones y complica a Galuccio”; y *La Política Online*, 10/04/2013: “Galuccio vuelve a cruzar a Moreno por el precio de la nafta”).

21. Hacia 2015, último año de gobierno kirchnerista, la composición accionaria de Siderar era la siguiente: Ternium tenía 60,94%; ANSES, 26,03%; Inversora Siderurgia Argentina SA (empleados), 1,34%; y acciones en manos del público, 11,68% (Presentación anual de Ternium SA a la Securities and Exchange Commission, 01/06/2015). Cuando la ANSES accedió a las acciones de Siderar en las mismas eran el 25,9%, es decir: en casi 6 años aumentaron 0,13%.

22. La ANSES depende del Ministerio de Trabajo, de modo tal que las acciones minoritarias con las que este organismo cuenta dependen directamente del Poder Ejecutivo.

23. Las empresas en las que el Estado pasó a ser accionista minoritario fueron: San Miguel SA, Edenor SA, Gas Natural BAN, Distribuidora de Gas Cuyana, Siderar SA, Telecom Argentina SA, Consultatio SA, Pampa Energía SA, Transportadora de Gas del Sur SA, Grupo Concesionario del Oeste, Mirgor SA, Edesa Holding SA, Edesal Holding SA, Eggsa Holding SA, Emdersa SA, Grupo Financiero Galicia SA, Imp. y Exp. de La Patagonia SA, Molinos Río de La Plata SA, Transener SA, Solvay Indupa SA, Endesa Costanera SA, Banco Patagonia SA, Camuzzi Gas Pampeana SA, Petrobrás Argentina SA, Petrobrás Energía SA, HOLCIM - Juan Minetti SA, Capex SA, Aluar Aluminio Argentino SAIC, Grupo Clarín SA, Metrovías SA, Metrogás SA, BBVA Banco Francés SA, Euromayor SA, Socotherm Americas SA, Quickfood SA, Banco Hipotecario SA, IRSA SA, Cresud SA, Inversora Eléctrica de Bs. As. SA, Central Puerto SA, Alto Palermo SA, Transportadora de Gas del Norte SA, Ledesma SA, Alpargatas SAIC, YPF SA.

24. Los directores de ANSES durante el proceso de estatización de las AFJPs y de creación del FGS: Sergio Massa (2002-2007), Claudio Moroni (2007-2008), Amado Boudou (2008-2009) y Diego Bossio (2009-2015).

25. *Fortuna* (16/04/2011): “El Gobierno va por la caja de Techint y le declaró la guerra”. Señala Mussi (2013) que el superávit de ANSES en 2009 había sido de 2.700 millones de pesos, mientras que ya en 2010 había sido nulo, de modo tal que las acciones minoritarias en las empresas constituían la única fuente de financiamiento disponible para el gobierno en aquel entonces.

26. En ese momento, el Estado contaba con este porcentaje en las empresas Consultatio, Edenor, San Miguel, Gas Natural BAN, Distribuidora de Gas Cuyana, Banco Macro, Siderar, Telecom, Transportadora de Gas del Sur, Emdersa y Grupo Concesionario del Oeste (*La Política Online*, 14/04/2009: “El Gobierno se instala en Techint”).

27. *La Nación* (12/04/2011): “Por decreto, el Gobierno participará en los directorios de empresas en las que tenga acciones”.

28. *Clarín* (14/04/2011): “Rechazo de UIA y AEA: reclaman preservar el control de las empresas”.

29. *Página/12* (22/07/2011): “Se acabó la pelea y ya son socios”.

30. *El Cronista* (28/04/2011): “La Anses asegura que designará directores en más empresas”.

31. Más allá de la estrategia de ampliación de representantes estatales, el gobierno logró designar directores en Aluar, Banco Hipotecario, Banco Macro, Endesa Costanera, Camuzzi Gas Pampeana, Distribuidora de Gas Cuyana, Edenor, Emdersa, Gas Natural BAN, Solvay Indupa, Mirgor, Grupo Concesionario del Oeste, Pampa Energía, La Anónima, Telecom Argentina, Transener y en la propia Siderar (Barraza, Rossi y Ruzzier, 2021).

32. En Mussi (2013) se brindan todos los detalles del proceso judicial.

33. Esta diferenciación política entre La Cúmpora y el peronismo es enfatizada por el propio De Vido

al referirse, en una entrevista reciente, justamente, al conflicto por las designaciones estatales en las empresas privadas: "...cuando Amado [Boudou] recuperó las AFJPs todos los directores del área de Julio De Vido, del Ministerio de Planificación, eran todos directores obreros, eran todos directores puestos por los sindicatos (...). Todas las empresas en donde participaban áreas de las cinco que manejábamos en el Ministerio de Planificación, eran todos directores obreros. Lamentablemente cuando el ministro Kicillof asumió [como ministro de Economía en 2013] eso cambió y puso un montón de burócratas, muchos de ellos hoy son funcionarios de Mindlin o fueron funcionarios de Mindlin, el que es para mí hoy el poder hegemónico, junto con Caputo, del sector eléctrico y constituyen claramente la caja del macrismo..." (entrevista a Julio de Vido en 40 Minutos, canal Responsabilidad Social TV de YouTube, parte III, 01/04/2020). Entendemos que esta diferenciación (y testimonio) es relevante, ya que es análoga a los conflictos producidos por YPF entre Galuccio y Moreno, Galuccio y De Vido, y Kicillof y De Vido, como vimos en el apartado anterior.

34. Cuando hablamos de "un mismo gobierno" que enfrenta pragmáticamente los problemas coyunturales que determinaron cada formato de gestión seleccionado, encontramos una coincidencia con Kulfas (2016), quien también habla de "tres kirchnerismos", es decir, tres etapas de un mismo gobierno definidas por diferentes problemas económicos. Incluso, cada una de las estatizaciones analizadas aquí ocurrió dentro de cada una de las etapas identificadas por Kulfas. A su vez, respondió a los problemas coyunturales de cada una de ellas. AySA se inscribe en el "primer kirchnerismo", determinado por la salida de la convertibilidad y la búsqueda de un equilibrio cambiario competitivo ("dólar caro"). Aquí, la pesificación de las tarifas fue justamente el factor que desató el conflicto alrededor de AySA. El caso de Siderar se inscribe en el "segundo kirchnerismo", marcado por el despliegue de políticas fiscales contracíclicas, para responder a la crisis global. La estatización de las AFJPs que permitió el ingreso del Estado a Siderar es una de estas políticas, como así también la presión para girar los dividendos de la empresa a modo de financiamiento político. Finalmente, el "tercer kirchnerismo" es, para Kulfas, el que debe enfrentar la crisis del superávit externo, la falta de divisas y la crisis energética, crisis a la que el gobierno responderá con la administración del comercio exterior, con restricciones a la compra de dólares y con la estatización de Repsol-YPF, todas medidas que hemos analizado aquí. Esto quiere decir que los que llamamos "objetivos políticos circunstanciales" coinciden con los problemas que Kulfas identifica como definitorios de cada etapa (o de cada "kirchnerismo").

Bibliografía

- Asociación Federal de Entes Reguladores de Agua Potable y Saneamiento (AFERAS) (2018). *Sistemas tarifarios en Argentina, 2011-2015*. Santa Fe, Argentina: AFERAS.
- Anigstein, C. (2019). La irrupción del sindicalismo neodesarrollista: la CGT y los gobiernos kirchneristas (2002-2012). *Estudios del Trabajo*, 57, 1-26.
- Barraza, S.; Rossi, M. y Ruzzier, C. (2021). *Sleeping with the Enemy: The Perils of Having the Government On(the)board*. Documento de Trabajo 149. Universidad de San Andrés.
- Baum, D. (2014). *¿Vaca Muerta o vaca viva? De Menem a Chevron*. Buenos Aires, Argentina: Dunken.
- Beach, D. y Pedersen, R. (2013). *Process-Tracing Methods. Foundations and Guidelines*. Ann Arbor, Estados Unidos: The University of Michigan Press.
- Belini, C. y Rougier, M. (2008). *El Estado empresario en la industria argentina. Conformación y crisis*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Bonvecchi, A. (2011). Del gobierno de la emergencia al capitalismo selectivo: las relaciones Estado-empresarios durante el kirchnerismo. En A. Malamud y M. de Luca (Coords.), *La política en tiempos de los Kirchner* (pp. 143-153). Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- CEPAL (2015). *Impacto socioeconómico de YPF desde su renacionalización (Ley 26.741)*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.
- Chaia De Bellis, J. (2020). *Entre el dirigismo y el salvataje: estatización de empresas y coaliciones sectoriales en Argentina (1930-2018)* [Tesis doctoral]. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- Corrales, J. y Penfold, M. (2011). *Dragon in the Tropics. Hugo Chavez and the Political Economy of Revolution in Venezuela*. Washington, Estados Unidos: Brooking Institution.

- De Graaff, N. (2012). The Hybridization of the State–Capital Nexus in the Global Energy Order. *Globalizations*, 9(4), 531-545.
- De Vido, J. y Kicillof, A. (2012). *El Informe Mosconi*. Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Planificación, Inversión Pública y Servicios y Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.
- Di Risio, D. (2016). Empresas estatales petroleras: el gobierno de los yuppies estadistas. En D. Pérez Roig, H. Scandizzo y D. di Risio, *Vaca Muerta: construcción de una estrategia* (pp. 37-88). Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Jinete Insomne.
- EJES (2017). *Vaca Muerta Megaproject. A fracking carbon bomb in Patagonia*. EJES y Heinrich-Böll-Stiftung. <https://www.boell.de/en/2018/02/06/vaca-muerta-megaproject>
- Etchemendy, S. (2015). *La economía política del neoliberalismo*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Etchemendy, S. (2019). The Politics of Popular Coalitions: Unions and Territorial Social Movements in Post-Neoliberal Latin America (2000–2015). *Journal of Latin American Studies*, (52)1, 1-32.
- Etchemendy, S. y Collier, R. (2008). Golpeados pero de pie. Resurgimiento sindical y neocorporativismo segmentado en Argentina (2003-2007). *POSTdata*, 13, 145-192.
- Ferreres, O. (2020). *Dos siglos de economía argentina*. Buenos Aires, Argentina: Norte y Sur.
- Flores-Macías, G. (2010). Statist vs. Pro-Market: Explaining Leftist Governments' Economic Policies in Latin America. *Comparative Politics*, (42)4, 413-433.
- Gaggero, A. y Schorr, M. (2017). Las grandes empresas nacionales de la Argentina bajo los gobiernos del kirchnerismo. *H-industri@*, 21, 54-75.
- Garay, C. (2017). *Social Policy Expansion in Latin America*. New York, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Gourevitch, P. (1993). *Políticas estratégicas en tiempos difíciles. Respuestas comparativas a las crisis económicas internacionales*. México DF, México: Fondo de Cultura Económica.
- Kapizewski, D.; Levitsky, S.; y Yashar, D. (2021). *The Inclusionary Turn in Latin American Democracies*. Cambridge, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Koivumäki, R. (2015). Evading the Constraints of Globalization. Oil and Gas Nationalization in Venezuela and Bolivia. *Comparative Politics*, (48)1, 107-125.
- Kulfas, M. (2016). *Los tres kirchnerismos. Una historia de la economía argentina, 2003-2015*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Levitsky, S. y Roberts, K. (Eds.) (2011). *The Resurgence of the Latin American Left*. Baltimore, Estados Unidos: John Hopkins University Press.
- Murillo, M.; Oliveros, V. y Vaishnav, M. (2011). Economic Constraints and Presidential Agency. En S. Levitsky y K. Roberts (Eds.), *The Resurgence of the Latin American Left* (pp. 52-70). Baltimore, Estados Unidos: John Hopkins University Press.
- Mussi, E. (2013). El conflicto entre los gobiernos kirchneristas y el grupo Techint (2002-2011). *X Jornadas de Sociología*. Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- Musacchio, A. y Lazzarini, S. (2014). *Reinventing State Capitalism. Leviathan in Business, Brazil and Beyond*. New York, Estados Unidos: Harvard University Press.
- Novaro, M.; Bonvecchi, A. y Cherny, N. (2014). *Los límites de la voluntad*. Buenos Aires, Argentina: Ariel.
- Pérez Roig, D. (2016). Los dilemas de la política hidrocarburífera en la Argentina posconvertibilidad. En D. Pérez Roig, H. Scandizzo y D. di Risio (Eds.), *Vaca Muerta: construcción de una estrategia* (pp.11-36). Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Jinete Insomne.
- Petrotecnia (2014). *Informe anual de producción no convencional de petróleo y gas en la Provincia del Neuquén*. Buenos Aires, Argentina: Revista del Instituto Argentino del Petróleo y del Gas.
- Richardson, N. (2009). Export-Oriented Populism: Commodities and Coalitions in Argentina. *Studies in Comparative International Development*, 44, 228-255.
- Rocca, M. (2018). La reestatización de un servicio esencial en el área metropolitana de Buenos Aires. El caso de la empresa Agua y Saneamientos Argentinos SA (AySA) (2006-2018). *DAAPGE*, 31, 111-146.
- Sabbatella, I. (2012). La nueva YPF y el fin del paradigma neoliberal. *Revista Batalla de Ideas*, 3, 205-219.

Weyland, K. (2009). The Rise of Latin America's Two Lefts: Insights from the Rentier State Theory. *Comparative Politics*, (41)2, 145-64.

Recibido: 23/02/2022. Aceptado: 16/05/2022.

Jonás Chaia De Bellis, "¿Capitalismo de Estado o pragmatismo de Estado? Los casos de Siderar-Techint, YPF y AySA durante los gobiernos kirchneristas en Argentina". Revista *Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 39-64.

La lógica del verdugueo: legitimación de la violencia por agentes penitenciarios del Servicio Penitenciario Bonaerense

The 'Verdugueo' Logic: Legitimization of Violence in Penitentiary Wardens of Buenos Aires' Prison System

Marina García Acevedo y Martín Hernán Di Marco

Marina García Acevedo es investigadora en la Universidad de San Andrés, Argentina.
E-mail: mar6arcia@gmail.com

Martín Hernán Di Marco es miembro del Departamento de Criminología y Sociología del Derecho de la Universidad de Oslo, Noruega.
E-mail: m.h.d.marco@jus.uio.no

resumen

En Argentina, los estudios sobre burocracias policiales y judiciales muestran que el ejercicio de violencia en los servicios penitenciarios es extendido y se inscribe en los mismos contextos institucionales. A partir de los estudios de las profesiones y de la violencia, el objetivo de este artículo es analizar las narrativas laborales de agentes varones del Servicio Penitenciario Bonaerense para explorar las lógicas de legitimación de las prácticas violentas y sus mecanismos informales. Se realizaron entrevistas abiertas y semiestructuradas a suboficiales y oficiales, así como observaciones en penitenciarías (2016 y 2019). Se identificaron prácticas ritualizadas en el ingreso a las penitenciarías que dan cuenta de instancias socializadoras de violencia. Cuatro prácticas fueron identificadas, que recubren el carácter de hitos biográficos: “bienvenidas”, “derecho de piso”, “pasajes” y “castigos”. Se propone la lógica del “verdugueo” como marco general de aprendizaje de reglas informales y formas de violencia entre los mismos agentes penitenciarios.

summary

In Argentina, studies about police and judicial bureaucracies have shown that the use of violence by penitentiary agents constitutes a regular phenomenon, inscribed in the institutional contexts. Drawing upon social studies of professions and violence, the objective of this paper is to work narratives of male penitentiary agents of the Buenos Aires Penitentiary Service, in order to explore the legitimation processes of violent practices and its informal mechanisms. Open and semi-structured interviews were conducted with penitentiary agents, and observations in penitentiaries were carried out (2016-2019). We identified several ritualized practices in the early stages of their labor trajectories. Notably, we describe four practices that were narrated as indexes: “welcomes”, “earning one’s place”, “passages”, and “punishments”. We argue that the logic of “verdugueo” can be seen as the general framing for the learning of informal rules and violent practices in prison agents.

palabras clave

violencia / tortura / prisiones / trayectorias / guardias / Servicio Penitenciario de la provincia de Buenos Aires

keywords

violence / torture / prisons / trajectories / prison warden / Penitentiary System of Buenos Aires Province

Introducción

Este artículo se interroga por los eventos y procesos que experimentan los agentes penitenciarios del Servicio Penitenciario Bonaerense (SPB) en torno a la legitimación de la violencia en el mundo carcelario.¹ En particular, nos preguntamos qué eventos son narrados como hitos biográficos en sus trayectorias laborales y cómo estos momentos se relacionan con la socialización de la violencia —en tanto recurso empleado por los agentes— a lo largo de sus carreras. Así, el objetivo de este artículo es analizar las trayectorias laborales de agentes varones a partir de una perspectiva biográfica y cualitativa. Mientras la mayor parte de la bibliografía académica se centra en las prácticas violentas de agentes hacia detenidos o entre detenidos (García Acevedo, 2019), este estudio analiza el ejercicio de violencia entre los propios penitenciarios.

Este artículo se inscribe dentro de los estudios de las profesiones sobre las prácticas estatales, disciplinas enfocadas en las experiencias de los agentes que habitan y representan al Estado. Se parte de la premisa de que los agentes estatales desarrollan sus actividades a partir de una serie de saberes informales, igual de fundamentales que las reglas escritas (Lipsky, 1983; Perelmiter, 2015). A su vez, considerando los aportes de la criminología narrativa (Presser, 2004), se propone indagar en los procesos vitales que dan sentido a las acciones de los sujetos.

Las investigaciones y denuncias de organismos de monitoreo de cárceles indican que el SPB es un espacio violatorio de los derechos humanos. Los diversos bancos de datos y registros de malos tratos y torturas en el ámbito provincial dan cuenta de la extensión de esta problemática, a partir de denuncias de personas detenidas y constatación de casos de tortura física y psíquica a detenidos, comunicadas a organismos de inspección (CELS, 2016; Comisión por la Memoria, 2015).² En particular, se denuncia la persistencia de prácticas violentas institucionalizadas como las requisas vejatorias, el aislamiento como castigo y las muertes violentas (como desenlace de mecanismos de gobierno de la población carcelaria) (CELS, 2016; PPN, 2020). En este contexto, se popularizó la expresión “violencia institucional” en la discusión pública, una categoría política (Pita, 2017) que designa las prácticas violatorias de agentes públicos sobre los ciudadanos. Los estudios existentes sobre la violencia en cárceles han priorizado darle voz a la perspectiva de las víctimas privadas de la libertad (García Acevedo, 2019).

La extensión, persistencia, periodicidad y las regularidades en las modalidades de la violencia desplegada (Daroqui y Motto, 2008; 2014; Motto, 2012) plantean el interrogante sobre las regulaciones sociales en que se fundan la reiteración de estas prácticas (García Acevedo, 2019; Perelmiter, 2015). En Argentina, los estudios académicos sobre burocracias judiciales y fuerzas de seguridad muestran que el ejercicio de violencia en las agencias del campo penal es extendido, porque se inscribe en los propios contextos institucionales, que reproducen lógicas de interacción, acoso y violencia asentadas históricamente (Tiscornia, 2017; CELS, 2013 y 2015, entre otros). Por otra parte, las formas en las que se redefine la violencia en la cotidianeidad de una institución dependen de los procesos de negociación que

se desarrollen allí (De Haan, 2008) y de los procesos por los cuales se les asigna significado a las prácticas (Scheper-Hughes y Bourgois, 2004).

En la literatura académica nacional, la relación entre el ejercicio de la violencia de modo ilegítimo, las fuerzas de seguridad y las trayectorias profesionales ha sido desarrollada ampliamente en relación con la Policía Federal (Frederic *et al.*, 2013; Frederic, 2016; Galvani, 2016; Maglia, 2017, entre otros). Dentro de esta literatura, los estudios sobre los procesos de transformación subjetiva y la socialización institucional (Galvani, 2016; Sirimarco, 2013) han mostrado cómo se moldea un nuevo yo y se reinterpretan prácticas pasadas a la luz de las vivencias corporativas. Los sistemas penitenciarios en Argentina han sido comparativamente menos estudiados que las policías. Las investigaciones en torno a los agentes de los servicios penitenciarios han mostrado cómo las moralidades construidas en estos espacios enaltecen figuras de heroísmo, masculinidad, sacrificio y alteridad con la figura del detenido (Galvani y Mouzo, 2008), implican el conocimiento y uso de normas morales sobre la aplicación de “castigos” (Nogueira, Ojeda y Lombraña, 2020; Ojeda, 2014) y, al mismo tiempo, estos estudios indican que las relaciones de obediencia y las dinámicas de poder no son mecánicas, sino que implican estrategias y maniobras (“cintura”) de los propios agentes (Galvani, 2013).

En este trabajo, nos interesamos por describir los eventos que, en las narrativas laborales de los agentes penitenciarios, adquieren el carácter de hitos (Meccia, 2017). Estos hitos narrados permiten comprender el proceso y las racionalidades a través de los que este tipo de prácticas se reproducen y legitiman entre los perpetradores, que forman parte de una institución estatal saturada de regulaciones normativas.

En la siguiente sección, se desarrolla la estrategia metodológica de la investigación, que sigue una lógica cualitativa. En la tercera sección, se describen cuatro prácticas significativas (o hitos biográficos) encontradas en las trayectorias de los entrevistados: “bienvenidas”, “derecho de piso”, “pasajes” y “castigos”. Luego, se analiza cómo estas prácticas se enmarcan en una lógica general que denominamos “verdugueo”. Por último, se reflexiona sobre la relevancia de los hallazgos y se propone que el verdugueo es un componente clave para comprender luego las formas de violencia ejercidas hacia los detenidos.

Estrategia metodológica

La metodología siguió un enfoque cualitativo para la producción y análisis de datos a partir de entrevistas. Se realizaron entrevistas abiertas y semiestructuradas a agentes penitenciarios varones, suboficiales y oficiales que mantuvieron contacto permanente con la población detenida como parte de sus tareas. Se focalizó el estudio en varones, ya que representan la mayor proporción de personal del SPB.³

En una primera etapa, se realizaron entrevistas abiertas con la intención de obtener relatos no guiados. En una segunda etapa, se utilizó un guion con temas recurrentes, que se vincularon con trayectorias educativas, trayectorias laborales, características de la institución, vínculo entre pares, visión de detenidos y definición del yo.

En el proyecto marco, se realizaron 42 entrevistas. Realizar trabajo de campo en instituciones de encierro implica dificultades y retos vinculados con el acceso a las instituciones, la posibilidad de concertar entrevistas y las estrategias para moverse dentro de estos espacios (Shaw, Wangmo y Elger, 2014). Por ello, se empleó un muestreo intencional. El acceso a las instituciones se realizó por diferentes medios en el marco de diferentes proyectos de investigación:⁴ se ingresó a las penitenciarías en el marco de jornadas académicas y espacios de formación del personal penitenciario, y en el marco de actividades de inspección y contacto con referentes comunitarios. La inserción de la primera autora en el equipo de Política Criminal y Violencia en el Encierro del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) entre 2013 y 2016 dio un acercamiento privilegiado a actores de política criminal y penitenciaria, el acceso y la circulación por instituciones de encierro y el acceso a diversas fuentes de información, como expedientes judiciales, denuncias comunicadas a organismos de control y resoluciones ministeriales.

Este artículo retoma 12 entrevistas del corpus total, de las cuales diez corresponden a suboficiales que, durante su trayectoria, se desempeñaron como guardiacárceles en pabellones de detenidos o en grupos especiales de intervención en conflictos (GIE). Asimismo, se entrevistó a dos oficiales que alcanzaron la posición de directores de penal.

Las relaciones de confianza entre informantes clave y familiares de agentes fueron un componente fundamental para el acceso a las entrevistas. Mientras la inserción de la primera autora en un organismo de Derechos Humanos podría percibirse en un primer momento como un obstáculo, su conocimiento del mundo carcelario y la coyuntura del SPB favoreció la apertura al trabajo de campo. En este sentido, fue sumamente relevante explicitar la finalidad académica del artículo y garantizar el anonimato de los entrevistados.

El consentimiento informado se basó en los lineamientos de la Resolución N° 2857/2006 de CONICET (“Lineamientos para el comportamiento ético en las Ciencias Sociales y Humanidades”). Optamos por utilizar el consentimiento informado en su modalidad oral exclusivamente, con la intención de evitar cualquier tipo de vulneración de los entrevistados.

Las entrevistas se realizaron tanto en los predios penitenciarios como en lugares por fuera de las prisiones, según la comodidad de los entrevistados. Las entrevistas fueron grabadas en formato digital, luego transcritas y procesadas en el Atlas.ti 7.5. Además, se analizaron los testimonios presentes en el expediente judicial N° 3506, tramitado en la justicia de la provincia de Buenos Aires, a propósito de un episodio de violencia.

Se siguió una estrategia inductiva de análisis temático (Braun y Clarke, 2006) con la intención de identificar aspectos comunes en los diferentes relatos. Para este artículo, el análisis de las entrevistas fue guiado por tres líneas de indagación: trayectoria laboral en el SPB, índices y acontecimientos biográficos (momentos identificados como cruciales) (Denzin, 1989) y nociones de violencia. La definición o no de una práctica o acción como violenta fue definida de acuerdo con las perspectivas y experiencias de los entrevistados (Presser, 2004).

El camino de la bienvenida al castigo

¿Qué momentos y situaciones son presentadas en las narrativas laborales como centrales para “convertirse” en trabajadores del SPB? A continuación, se describe un conjunto de eventos y prácticas presentadas como hitos en el proceso de socialización de los trabajadores del SPB a la institución penitenciaria. En la diversidad de relatos, estas prácticas fueron identificadas como momentos –con mayor o menor nivel de aceptación por parte de los entrevistados– que marcaron y “espaciaron” (Meccia, 2017) las carreras laborales. Haremos especial hincapié en aquellas que implican formas percibidas de violencia, humillación, sometimiento o uso de fuerza entre los agentes penitenciarios.

Se aclara que estas prácticas están tipificadas y nombradas a partir de dos criterios. Por un lado, algunas responden a clasificaciones nativas de los propios actores penitenciarios (por ejemplo, “la bienvenida”), por lo que la intención en estos casos es condensar analíticamente lo que los propios sujetos dicen y significan. Por otro lado, otras prácticas aquí presentadas no responden a los propios términos nativos, sino que se construyeron en función del análisis de experiencias y observaciones en el espacio carcelario (tal como la práctica del castigo). En estos casos, se construyeron categorías nuevas para interpretar las experiencias de los sujetos. Es importante aclarar que las prácticas descritas fueron vivenciadas por agentes cuyos puestos guardan estrecho contacto con los detenidos, por lo que deben ser entendidas como preparatorias para actividades laborales vinculares con detenidos.

Las bienvenidas

En los relatos de los entrevistados, las denominadas “bienvenidas” son un hito significativo en los inicios de la inserción laboral en un nuevo equipo del SPB. La bienvenida puede ser definida en términos de prácticas y ritos iniciales en las primeras etapas de ingreso laboral al SPB. Se trata de un ritual habitual, conocido y esperado dentro del espacio carcelario. Suelen realizarse entre pares, sin la presencia de detenidos, aunque muchas veces simula situaciones de emergencia con los detenidos, como represiones. La bienvenida puede implicar una gran variedad de prácticas y sentidos, desde chistes e insultos, agresiones con connotaciones sexuales, o el ejercicio de la violencia física y psíquica. Puede consistir desde dejar a los ingresantes parados durante largos períodos de tiempo haciendo guardias y mantenerlos incomunicados, hasta la simulación de situaciones que se viven en un penal.

Las bienvenidas son experimentadas por los agentes ingresantes como situaciones estresantes y dolorosas. A pesar de ello, en las narrativas de los entrevistados, los significados y recuerdos sobre las bienvenidas no siempre son denotadas negativamente y se proyectan en forma variada. La interpretación desde el humor, el aprendizaje, el “derecho de piso” o simplemente lo anecdótico son algunos encuadres narrativos con los que las bienvenidas son neutralizadas y justificadas, como se ha encontrado también en otros estudios sobre violencias (Presser, 2004). El siguiente fragmento de entrevista da cuenta de un recurso usual en la rememoración de experiencias negativas:

–¿Vos no tuviste bienvenida? ¿Cuando llegás a la unidad nadie te hace una bienvenida?

–Sí, pero ya no llega a un punto de maldad como había antes. (...) A mí entre cinco me intentaron, pero el tiempo en que yo estaba flaco, estaba grandote, todo marcado. Estaba en actividad. (...) ¡Me quisieron tirar entre cinco y no pudieron! (Suboficial, 4 años y medio de antigüedad).

En este caso, el agente minimiza su propia bienvenida a la luz de lo que sucedía en otros tiempos. Al mismo tiempo, se percibe a las bienvenidas como usuales y naturales en su trayectoria como agentes del SPB. Este momento es aceptado usualmente por quienes lo experimentan, en tanto parte de los códigos propios del nuevo lugar de trabajo, como una tradición que será replicada con un nuevo ingresante.

Si bien, en muchos casos, las bienvenidas implican prácticas o situaciones de violencia y maltrato físico, las bienvenidas son predominantemente racionalizadas por los agentes. En este sentido, ante la pregunta por el carácter violento de las bienvenidas, uno de los agentes manifestó: “claro, no de agredirme en sí. Fue como jodiendo, como un cumpleaños. Se puede tomar como una malteada entre chicos grandes que te tiran a una zanja como joda y no como maldad” (Suboficial, 4 años y medio de antigüedad).

La recurrencia de las bienvenidas en estos espacios no implica una falta de disputas de sentido en torno a ellas. La propia polisemia de la violencia da cuenta de su carácter indexical y negociado en el propio espacio carcelario. En este sentido, la naturalización de una bienvenida puede comprenderse mejor en términos de la disputa, imputación y reproducción de ciertos sentidos que por su invisibilización acrítica:

Quando entré no quería saber nada con quedarme acá solo con oficiales o con detenidos, porque sabía que podrían armarse algo, ¿viste? Mi primo me había contado que se hacían cosas para que uno vaya conociendo las reglas de adentro, digamos. Una joda o embromarme de alguna forma. Pero como después uno va aprendiendo cómo se manejan las cosas, cambia un poco ese miedo de principiante digamos. (...) Yo entré todo cagado en las patas y después fui entendiendo (Suboficial, 5 años de antigüedad).

La transición entre el miedo inicial (por conocer las “reglas”, la “joda”, el “embrome”) y la lectura pedagógica de las bienvenidas (“aprender a manejar las cosas”, no ser un “principiante”) se enmarca en un discurso predominante entre los agentes penitenciarios, en el que se interpretan y reconstruyen las experiencias laborales en clave de “aprendizaje”. La imposición o dominio de este discurso circulante en la institución no implica la ausencia de disidencias. “Rebelarse”, “responder”, “contestar” y no “dejarse pasar por arriba” emergen como instancias en las cuales se gestionan las bienvenidas, pero se narran predominantemente en forma fragmentaria e individualizante. Dar cuenta de estas perspectivas disidentes en las que los miembros de una institución “rezongan” sobre las normas impuestas

(Goffman, 2004: 116) ilustra cómo las lecturas funcionalistas de las instituciones carcelarias impiden ver las disputas de sentido que se gestan cotidianamente.

En el relato del agente arriba citado, el contacto de su primo (que también es agente del SPB) muestra cómo, por ejemplo, la relación previa con instituciones penitenciarias y las redes vinculares pueden funcionar como un modo de comprender las lógicas de las bienvenidas. Este aspecto abre el interrogante sobre los aspectos relacionales y las particularidades biográficas que inciden en el “tránsito” por estos hitos, sus formas de negociarlos y significarlos posteriormente.

Racionalizar y dar sentido a las bienvenidas debe entenderse en términos procesuales y dinámicos: no es una práctica inmutable y fuera del campo de disputas morales de los sujetos. Tal como advierte este agente, en torno a las bienvenidas entran en conflicto los sentidos y perspectivas entre los agentes y los observadores externos que “miren de afuera”.

Yo te entiendo que parezca una barbaridad, pero vos o cualquiera que mire desde afuera no va a entender que tampoco son salvajadas. A veces se va un poco de mambo, como lo que le pasó al Negro [en una bienvenida]. Pero en la mayor parte de las jodas que se hacen a los agentes novatos no pasa nada. Es como entrar en calor. Yo me... Uno se acostumbra a estar en este ambiente y te das cuenta a partir de esas jodas (Suboficial, 12 años de antigüedad).

La referencia a “entrar en calor” —como parte de una bienvenida— no solo da cuenta de una normalización de estas agresiones, sino también de una forma particular de subjetivación: el entrevistado da cuenta de un proceso vivenciado en el que esta práctica pasa de ser externa a cercana. A su vez, la referencia a un tercero (observador) da cuenta de cómo este suboficial comprende la disputa por el carácter “violento” o no de la bienvenida, dependiendo del actor.

A pesar de que, en tanto práctica, adquiere hegemonía dentro del ámbito de SPB (y otros sistemas penitenciarios), también existen casos de bienvenidas judicializadas, como el caso Maidana, que rompen las estrategias de naturalización y ponen en evidencia las perspectivas externas. Según detalló el agente:

Me pusieron en la cabeza un casco antimotines, me bajaron el pantalón, la ropa interior y Díaz me golpeó con un palo, mientras Navarro me rasuró en seco los genitales. Me tiraron alcohol, y con un aerosol me rociaron fuego en los genitales (Testimonio en causa N° 3.506).

El caso Maidana no solo muestra la presencia de diversos grados de agresión física, sino que simula una situación de intervención del SPB ante un conflicto entre detenidos, en que se reduce a la persona. Además, contiene elementos de violencia sexualizada, un aspecto presente en hechos de tortura hacia detenidos. A su vez, este caso ilustra las formas de resistencia que se generan a las modificaciones subjetivas en la socialización del SPB.

Un motivo por el cual los sentidos y racionalizaciones en torno a este caso adquieren relevancia es en la medida en que ponen en tensión las prácticas y lógicas

internas (informales y rutinizadas) frente a “discursos externos”. La misma interacción de las entrevistas reproduce esta tensión, al tematizar este caso desde la lógica de la violencia.

¿Cómo es narrado y neutralizado este caso? Las interpretaciones que se hicieron de este caso variaron entre descontextualizar el caso (se omitía la referencia a lo usual de estas prácticas de violencia) y justificarlo como una situación excepcional (“se les pasó la mano”), hasta la defensa de las lógicas informales como prácticas de enseñanza (“hay veces en que es necesario que se hagan cosas drásticas”).

Entre los entrevistados de esta investigación la defensa y neutralización estuvo vinculada principalmente con las trayectorias de los actores dentro del SPB. Los entrevistados más “jóvenes” en sus recorridos dentro de la institución tendieron a apelar a narrativas del orden de lo individual o lo excepcional, mientras que los varones con recorridos más largos tendieron a apelar a mayores defensas de un “sistema informal”. Si bien esta tendencia requiere de una mayor indagación empírica, ilustra cómo la reproducción de las bienvenidas –en tanto prácticas informales– es racionalizada, de modo tal que se crean condiciones de posibilidad para su reproducción.

El derecho de piso

En el siguiente fragmento de entrevista, un agente narra parte de su experiencia durante las primeras semanas de trabajo:

Y se miraron medio de reojo, al principio no me dejaban ni sentarme ni en la silla, tenía que estar parado. (...) Yo práctica[mente]... En el control, cuando yo entré estaba en el control, estaba escribiendo un oficial en la computadora y los demás estaban trabajando en los pisos, en los pabellones. Imaginate que había sillas para sentarse ahí y no me dejaban. Me decían “sentate en una silla” y [cuando se iba a sentar] me decían: “No te sentés, quedate parado”, me decía, así, mal, ¿viste? Y yo me quedaba parado, ¿viste? Me decía: “Mirá, pibe, fijate, aprendé. Mirá, ¿querés ir a caminar los pabellones? Andá”. Yo no quería salir de control [Risas]. Y bueno, así fui aprendiendo de a poco... Pero después mis compañeros, todos los que entraron después, la sufrieron mal, la mayoría... Yo te digo la verdad tuve suerte. (...) Sí, el mismo servicio penitenciario te mata [si no respetás], porque los que entran seas nuevo o lleves uno o dos años estando en la guardia, estando una vez que entraste a penal te mata, tus mismos compañeros te pegan, te obligan a dormir en el piso, sí. Te dan masa, te pegan (Suboficial, más de 20 años de antigüedad).

En las escenas descriptas, el grupo de pares aparece retratado como un bloque que somete al nuevo agente a la indiferencia y los malos tratos. El sujeto es ignorado, pierde su derecho a aspectos laborales que se tornan un “privilegio”, como una silla o una cama donde dormir. Otras veces es increpado y provocado, con el objeto de “buscarle la reacción”, como se conoce en el espacio carcelario. Otras

veces, los agentes no son reemplazados al finalizar el turno, por lo que deben ejecutar el del compañero.

Se trata de formas de hostigamiento ligadas a “pagar derecho de piso”. Esta noción implica el padecimiento físico y psicológico en el marco de interacciones cotidianas, con un fin (al menos discursivamente) aleccionador. Estas prácticas demarcan al nuevo integrante su condición de diferente, de estar a prueba y sujeto a la voluntad de sus compañeros. A su vez, estas prácticas constituyen una forma de probar el carácter del nuevo y evaluar la reacción y el desenlace que esas situaciones tienen para el agente. La “lealtad” y el “temple” se tornan figuras centrales, enlazadas con el sentido de esta práctica. Ello se refuerza ante el poder de sancionar por parte de los jefes. El siguiente fragmento de entrevista da cuenta de las experiencias con respecto a pagar el derecho de piso:

Cuando llegué a esta unidad, yo venía de otra penitenciaría de la Provincia. Al principio no tuve ningún problema. Conocía a algunos. Pero cuando me pasaron a esta área, se me complicó un poco [Risas]. Nada, ahora que lo pienso, no fue tan grave. Pero en su momento me jodió. (...) Empezaron escondiendo o cambiando de lugar las llaves para la entrada y salida de la torre. Parece algo menor, pero... A ver, me tuve que quedar varias noches encerrado ahí. No podía empezar a gritar, porque se armaba un quilombo con los detenidos. Yo no quería parecer un boludo. Así le terminé cubriendo el turno a más de uno. (...) Y bueno, en un momento, creo que yo no había llegado ni hacía 3 semanas, me empezaron a hacer el laburo de varios: entradas, salidas, guardias, ingresar insumos, hasta tuve que baldear. No levanté la perdiz, y después de unos meses como seguía todo igual, no me la banqué más y empecé a hablar con los más novatos. Armamos un poco de lío... Un poco, nada más, y se calmó a cosa. Ahora ya pasó esa etapa y ya me llevo bien con los pibes (Suboficial, testimonio en causa N° 3.506).

En las situaciones en que los agentes penitenciarios tienen que pagar derecho de piso se pone en juego su acatamiento a las reglas, a la superioridad de sus compañeros y, en particular, a no contestar o contradecir a un superior, como también ha explorado Galvani (2016), entre otros estudios sobre la formación de personal de seguridad. A su vez, en estas situaciones los agentes aprenden que en ese espacio queda suspendida la posibilidad de “reclamo”.

Las situaciones e interacciones en las que los agentes perciben el derecho de piso ponen de manifiesto las jerarquías y relaciones de poder dentro de la institución carcelaria. No obstante, el padecimiento cotidiano y sufrimiento ocasionado por estos tratos –que bloquean la posibilidad de cubrir necesidades básicas como el descanso en un espacio cómodo– configuran la posibilidad subjetiva de resistencia o de poner a prueba las reglas establecidas para revertir esa situación.

En términos de reproducción de una lógica generalizada de funcionamiento de la institución, el derecho de piso resulta clave, en la medida en que no solo deja en evidencia las relaciones de poder dentro de este espacio, sino que refuerza las nociones de “lugar”, “respeto” y “orden”:

A mí me costó, después de un tiempo ya trabajando acá, hacerme amigos. Bah, no digo amigos amigos, sino compañeros con los que me lleve bien, ¿viste? Porque al principio uno aprende y uno a veces es como que entien-de a las duras. (...) No sabés la cantidad de veces que tuve que quedarme haciendo guardias de más o recepcionar familiares o ranas⁵, porque me lo pedían, porque recién había entrado. (...) Y no, me sentía, sentirme, como un nabo, pero no podía estar quejándome todo el día, por las tareas. Así aprendí muchas cosas. Y así aprenden los nuevos (Suboficial, 5 años de antigüedad).

El “lugar” aparece en las narrativas como una figura central para comprender las trayectorias laborales en el SPB. El respeto por las reglas formales e informales, los roles y las tradiciones es resaltado de diferentes formas. En el relato citado, el derecho de piso es racionalizado no solo como estrategia de aprendizaje, sino como forma de funcionamiento de la institución: es a partir de esta práctica que se reproduce la institución y el recambio de personal. Así, la violencia como práctica es una relación social que permite el mantenimiento de una determinada estructura carcelaria.

Si las bienvenidas marcan un inicio en la socialización dentro de la institución y prefiguran modos de sociabilidad interaccional entre los agentes, el derecho de piso profundiza el derrotero y pone a prueba —aún más— que los actores ingresantes logren eficientemente presentar su yo de acuerdo con las normas tácitas de vinculación y comprender las lógicas de vinculación internas.

El pasaje

En el siguiente fragmento de entrevista, un agente relata cómo fue su primer contacto con los detenidos y el modo en que le asignaron sus nuevas tareas dentro del penal:

A mí me pasó que cuando yo entré tuve una semana adentro de control, yo había ido como laburante, loco. (...) No sabía nada y un día fui a la mañana y me dio un manojito de llave y me dijo vos estás encargado del B. (...) Me dijeron: “mirá, ahí venimos”. (...) Yo la verdad me decían “caminá para allá” y yo iba, porque no sabía, todavía no tenía ni idea de quién era mi jefe, no conocía mi jerarquía, nada, y yo me quedé. (...) Porque ya me estaban pateando la reja, viste, y me levanté, me levanté con el manojito y me fui hasta el pabellón donde estaban llamando y estaban llamando de los tres y cuando miro tenía, no sé, 20 presos acá, 20 de acá y 20 del otro lado, y me hablaban todos, ni siquiera sé lo que me decían en ese momento. (...) Y de las rejas me dicen: “Usted, encargado, ¿por qué no me da paso para ir a la cancha? Bueno, yo tengo que salir antes que me diga algo, que quieran hacer algo. Yo tengo que salir...” [Risas]. (...) Claro, los chabones cuando vieron que yo no sabía cuál era la llave que tenía que abrir ese se cagaban de risas. “Dale, cabrón, que estás al pedo”, me dice. “Tenés una llave al pedo, te estamos llamando hace una banda y no venís.” Y yo no decía nada

y apenas abrí empezaron a salir y salió uno, y salió otro, y salieron de a tres, y salieron de a cuatro, y cuando me quise dar cuenta no había nadie dentro del pabellón. (...) Así tuvieron que hacer un operativo y volver a buscarlos a todos, que estaban por todos lados, para volver a meter. (...) Decí que no hubo problema, no se pelearon ni nada de eso, pero qué sé yo, no sé. Igual me dijeron un par de cosas ahí, me apuraron un poco, pero nadie te explica nada, ese es el problema. Aprendes así, eh (Suboficial, 20 años de antigüedad).

La narración de este agente penitenciario no describe un rito de inicio en las actividades como agente penitenciario, sino que describe un proceso más puntual que denominamos “pasaje”, retomando una categoría nativa. El pasaje incluye prácticas de demarcación entre funciones dentro de un penal y, de esta forma, muestra una etapa posterior en la trayectoria laboral dentro de ese ámbito. En el caso presentado, muestra el comienzo del trabajo en contacto con los detenidos.

Este rito acentúa ciertos aspectos del trabajo de los agentes, así como de la institución misma. Por un lado, el hito de pasaje muestra la capacidad que tienen los agentes penitenciarios de construir situaciones de riesgo, temor y violencia frente a agentes más jóvenes o cuyas funciones estén cambiando dentro de la institución. El novato es puesto a prueba y desafiado a demostrar ciertas características personales: se espera una presentación del yo que dé cuenta de qué es capaz de hacer bajo presión e incertidumbre. En este sentido, las lógicas de gestión del yo y de las relaciones no solo implican que el control debe mantenerse sin considerar el bienestar (Goffman, 2004), sino que es a partir del malestar que se gestiona el vínculo entre agentes de diferente antigüedad y trayectoria.

Por otro lado, el pasaje trata de vivencias de fuerte impacto emocional. La narración que realizó este agente enfatiza, por un lado, el miedo y la parálisis que sufrió ante una situación inesperada y, por el otro lado, una experiencia de aprendizaje. Desde su narrativa, él no estaba en condiciones de enfrentar esa situación por sí solo (no solo no sabía qué hacer, sino que tampoco hubo una consigna laboral clara). En el relato de este entrevistado, esta situación puso de relieve la necesidad y la dependencia de sus compañeros para poder desempeñarse. A su vez, su primer contacto con los detenidos tuvo como lección el no atender los reclamos de un detenido sin verificar su pedido con un compañero. En este nuevo aprendizaje, se funda una noción de alteridad con los detenidos.

Por último, la reflexión final que realiza el agente da cuenta de otra dimensión de los pasajes: la apreciación moral que se configura en torno a esta experiencia como una situación de aprendizaje. El hecho de que él refiera a ese incidente como una instancia en la que aprendió y que, simultáneamente, explique que el problema está en que “nadie te explica nada” le otorga una justificación moral y funcional a ese pasaje. En este sentido, que en las entrevistas los agentes reconstruyan y rememoren experiencias similares como momentos en los cuales aprendieron a desempeñar funciones laborales, o a vincularse de determinada forma con los detenidos, da cuenta de que, a pesar de ser situaciones que son vividas como ne-

gativas, también se interpretan como necesarias para desempeñarse como agentes penitenciarios.

El castigo

El castigo se caracteriza por la sanción de aquellos agentes que violan valores o reglas implícitas e informales del grupo. El castigo se focaliza y practica en aquellos agentes que no se comportan o presentan como se espera, por no haber logrado incorporarse al grupo o por pertenecer a otro.

Cuando vos entrás adentro hay grupos. ¿Cómo te puedo explicar esto para que me entiendas? Es como grupo de choque, donde hay un problema van y son siempre los mismos. Si vos no vas en ese grupo es como decir, es como que, vos decís: “Bueno, si yo salgo solo a discutir afuera, vienen tres tipos”. Yo salgo a discutir afuera y estoy solo y ninguno de ustedes sale, vos decís: “¿Ah, así?”. ¿Cuando tengo problemas no me ayudás? Algo lógico si yo salgo afuera anda, aunque sea escuchalo a ver qué me están diciendo, ¿me entendés? Entonces es como [que] te dejan de lado, sos el último en irte, sos el último en comer, sos el último en dormir. Los problemas te los agarrás vos, los tres pabellones te los agarrás vos y todo eso en ese sentido aparte de la paliza que te daban todos los días. No te pegaban los presos, ¡te pegaba el SP! (Suboficial, 20 años de antigüedad).

El castigo tiene una función pedagógica marcada y reconocida por los entrevistados. A su vez, al igual que las prácticas previamente descritas, castigar es tipificado como una práctica legítima para socializar las reglas del grupo y, de esta forma, es enaltecido para un quehacer esperable. El siguiente fragmento de entrevista revela que hay ciertas etiquetas o posiciones dentro de la estructura jerárquica del personal que incrementan las posibilidades de ser vulnerable al rechazo y humillación como castigo.

Estuve, primero estuve no sé si cuatro meses en la guardia sentado, así como acá. Nada, nadie me decía nada (...) y los que trabajaban en penal a nosotros no nos daban ni bolilla, ni siquiera nos saludaban, y tenemos la misma familia, tenemos la misma ropa y la gente que... Los vigilantes que eran de penal nos odiaban a nosotros que prestábamos la guardia, porque supuestamente los que estamos en la guardia somos unos perejiles que no sabemos laburar con presos, que lo único que estamos es para contar palomas en el muro. No servimos para nada. En realidad, el que está en la guardia no sirve, no sabe trabajar con presos, no sabe porque no tiene contacto y porque está ahí, está para otra cosa, está para el perímetro, pero la ley es esa, viste. El que trabaja penales tiene derecho a hacer cualquier cosa y el que está en la guardia no puede decir nada (Suboficial, 20 años de antigüedad).

Estas situaciones implican una lógica de grupo por la cual la ofensa a uno de ellos implica haber ofendido al grupo completo. El agente que narró ambas ex-

perencias da cuenta de que los castigos adquieren diversas modalidades, tanto físicas, como de humillación y acoso.

El castigo, al igual que las otras prácticas informales abordadas aquí, adquiere sentido en función de la posición que mantengan los actores en el espacio institucional y de sus propias trayectorias. En este sentido, es relevante comprender cómo es racionalizado un “castigo” cuando los agentes son quienes lo ejercen. A raíz de un conflicto con un nuevo agente, un entrevistado planteó:

El joven ingresó hace muy poco. Eso lo entiendo. El tema no es solo que aprendan, porque uno aprende también cuando tiene más años en el Servicio, sino que no genere conflicto a los demás. Porque si yo dejaba la situación como estaba, quedaba mal parado yo, como que me pasa por arriba un novato y, hablando en criollo, quedaba como un puto (Suboficial, 4 años de antigüedad).

La narración de este suboficial muestra el carácter polifacético que tienen los castigos: trasciende el mero castigo pedagógico y la crueldad, y muestra cómo estos “hitos” se enlazan con las propias prácticas de presentación del yo y de configuración de los vínculos internos. Aplicar un castigo, en este caso, implicó posicionarse *con* un grupo de pares, defender su lugar y distanciarse moral y relacionamente de posiciones de subalternada. Esta explicación muestra en forma más clara quizás los vínculos entre los hitos, el ejercicio de violencia, la presentación del yo y las prácticas de la masculinidad.

Estos castigos se presentan en una gran variedad de prácticas, que muchas veces replican las anteriores. Nuevamente, la privación de la voz constituye una práctica recurrente, en la cual no solo se niega el derecho a participar tanto de la toma de decisiones como de las conversaciones banales.

Discusión: comprender el verdugueo

Las prácticas descritas en las narrativas laborales de los agentes adquieren, por su regularidad y simbolismo, el carácter de rituales de iniciación o pasaje. Esto muestra ciertas analogías con otros rituales institucionalizados, tales como los bautismos en deportes (D’Andrea, 2014), la demostración de hombría en pandillas (Baird, 2018) y los entrenamientos físicos en las fuerzas de seguridad (Jennett, Bull e Islam, 2009). Los relatos dan cuenta de un proceso de cambio subjetivo que implica, tal como señala Sirimarco (2005 y 2013) en relación con la policía, una modificación de la propia imagen de sí.

La ritualización de estas prácticas muestra la imbricación entre las normas informales que se reproducen en el espacio carcelario y las biografías de los agentes penitenciarios. Las prácticas narradas definen, en las trayectorias laborales, un cambio de etapa en la carrera moral penitenciaria (Goffman, 2004). Así, por ejemplo, la bienvenida implica el comienzo de una modificación subjetiva para desempeñarse en el SPB y el pasaje implica reconocer un área de trabajo nueva. La identificación de estas prácticas como violentas y el hecho de presentarse como víctima de ellas implican una diferenciación con las reglas informales que

son hegemónicas dentro del espacio institucional. En este sentido, una trayectoria exitosa implica aceptar –no sin disputas– estos hitos como normales y necesarios en tanto la norma en este espacio laboral (Baird, 2018).

De esta forma, los rituales experimentados por los agentes pueden comprenderse como indicadores que dan cuenta de ciertas regularidades del espacio carcelario. Bienvenidas, pasajes, derecho de piso y castigos son tipificaciones de acciones que se destacan por ciertos aspectos: a) revelan una estructura de poder entre los agentes penitenciarios (es decir, configuran jerarquías); b) iluminan parte del entramado de interacción que hace a la cotidianidad de estas instituciones de encierro; c) dan cuenta de las heterogéneas formas de violencia que se producen y reproducen entre agentes; d) permiten delinear un proceso de socialización en el que los agentes entran en contacto con prácticas y relaciones desde el momento de ingreso hasta etapas posteriores de su carrera en la institución.

Con el propósito de establecer un término global y comprehensivo de las prácticas y acciones de socialización de la violencia, proponemos el concepto de *verdugueo*. Este término del lunfardo argentino significa molestar, humillar o burlarse de una persona, y es de uso extendido en el ámbito carcelario: constituye una noción nativa utilizada para describir prácticas de maltrato reconocidas como tales por los miembros de ese espacio. El verdugueo, como lógica informal rutinizada dentro del SPB, muestra en parte la “teoría humana” que, como plantea Goffman (2004: 30), sustenta la institución.

En tanto tipo ideal, entendemos que el verdugueo hace referencia a todas las prácticas y acciones que se llevan a cabo entre los agentes penitenciarios dentro del espacio penitenciario a partir de un despliegue de poder físico, simbólico o institucional, con un doble propósito. Por un lado, se pretende demarcar las diferencias de posiciones y roles dentro de la jerarquía interna y, de esta forma, reproducir las relaciones internas de poder. Por otro lado, se busca establecer y enseñar –de forma explícita o implícita– ciertas reglas informales de relación y funcionamiento interno de la cárcel como espacio de trabajo.

El verdugueo no debe entenderse exclusivamente como una lógica coactiva y represiva. Desde la perspectiva de los actores, implica una lógica productiva que genera lazos sociales dentro de la institución (Garriga Zucal, 2016). He aquí que, mientras el observador externo reconoce en estas prácticas un carácter negativo/opresivo, en tanto prácticas violentas, la configuración de sentidos atribuida por los agentes en el contexto de socialización les imputa un carácter productivo. A su vez, las disputas de sentido que se producen en torno a estas prácticas (situacionalmente, en el recuerdo de experiencias y en el mismo contexto de las entrevistas) muestra que la “naturalización” del verdugueo no implica que sea estático, sino procesual y relacional.

Las nociones nativas de “complicidad”, “compinche” y “secreto de profesión”, entre otras, están presentes en los recuerdos de estas experiencias y en la vida cotidiana dentro de la institución. A su vez, esta forma de comprender los vínculos no solo da cuenta de una impronta corporativa de los lazos sociales construidos (Maglia, 2017), sino de la atribución de una dimensión pedagógica al verdugueo.

Las formas de interacción y socialización dentro de las cárceles muestran una similitud con la denominada cultura del aguante (Alabarces, Garriga Zucal y Moreira, 2008). Este complejo sistema de honor y prestigio valora positivamente ciertas formas de coraje y arrojo al enfrentamiento físico (Ángel, 2015). La neutralización moral (Matza, 1969) del riesgo y daño de estas prácticas implica desplazar la dimensión del dolor, el miedo y el abuso hacia la lógica de la hombría, el trabajo y las normas hegemónicas.

Las diversas experiencias de verdugueo implican un proceso de inmersión en la lógica colectiva de los agentes y, así, una socialización en las moralidades y modalidades de violencia que circulan y se reafirman en este grupo. Por lo tanto, la carrera moral dentro de la cárcel desencadena que no solo se incorpore la lógica del verdugueo, sino que también se espere su repetición. Este aspecto cobra relevancia en la defensa moral y en las narrativas de reivindicación que se produjeron en las entrevistas mismas.

El hecho de que estas experiencias sean toleradas y aceptadas no significa que los agentes no sufran o tengan sentimientos encontrados respecto del verdugueo. Los relatos indican el sufrimiento y desesperación frente a muchas de estas prácticas, en forma análoga a los efectos de la pedagogía del sufrimiento (Sirimarco, 2005). A pesar de ello, las operaciones discursivas contribuyen a mitigar el dolor de esa vivencia, por ejemplo, al considerarse considerarse afortunados frente a las peores experiencias de otros compañeros. Estas formas de neutralización implican, a su vez, una faceta complementaria a la exitosa trayectoria como agentes penitenciarios.

Conclusiones

En este artículo se analizaron las narrativas laborales de agentes varones del Servicio Penitenciario Bonaerense (SPB) y se identificaron prácticas significativas en su proceso de conversión en penitenciarios que desarrollan actividades en estrecho contacto con personas privadas de la libertad. Las situaciones deben ser entendidas como preparatorias a la tarea de gestión y gobierno de poblaciones, sobre las que la literatura señala un uso rutinario de la violencia como recurso de gobierno y forma de construcción de la autoridad. Este artículo complementa esta literatura, a través de una dimensión poco explorada hasta el momento.

“Bienvenidas”, “derechos de piso”, “pasajes” y “castigos” condensan ritos informales e hitos biográficos por medio de los cuales se consagran “agentes penitenciarios”. Las prácticas relatadas se desarrollan en tándem en el espacio carcelario como prácticas de regulación de comportamientos, como formas de subjetivación de roles dentro de la organización formal e informal de la cárcel. Se trata de prácticas –en su mayoría, consideradas violentas por los agentes en algún momento de su carrera moral– que contribuyen a la socialización dentro del contexto institucional específico del SPB.

Apostamos a denominar verdugueo al conjunto de acciones descriptas con el fin de iluminar un hilo conductor, más allá de la práctica específica, sobre quién recaiga o su finalidad. Esta categoría da cuenta de una lógica más amplia, cuyas

prácticas se desarrollan en un mismo lenguaje: la agresividad, el trato hostil, la exclusión mediante el uso de la fuerza o la inhabilitación de la voz.

El uso y valoración que este lenguaje puede asumir es diferencial de acuerdo a las circunstancias: por momentos puede interpretarse como formativo-preventivo; en otros, como aleccionador-punitivo. Muchos de los entrevistados circunscriben el verdugueo a casos específicos de hostigamiento sobre agentes excluidos, ingresantes o “desobedientes”. En estos casos, la violencia es reconocida como tal y la finalidad disciplinar es justificada como natural, por la racionalidad de la institución. Sin embargo, la mayor parte de las prácticas de hostigamiento durante los primeros tiempos en la cárcel no son significadas como violentas. Así, se puede afirmar que el verdugueo tiene para los actores un carácter productivo: a partir de sus prácticas se marcan etapas en el SPB, se incorporan moralidades y racionalidades y, en este sentido, se enfatiza su dimensión pedagógica.

Esta indagación permite comprender el repertorio simbólico y práctico con el que los agentes penitenciarios son socializados informalmente y los discursos dominantes con los que narran e interpretan sus trayectorias y experiencias. En este contexto, se abren nuevas preguntas a ser abordadas: ¿en qué medida el verdugueo está extendido en otras instituciones de encierro? ¿Cómo se vincula la estructura formal de esta institución que pregona deberes de funcionarios públicos y respeto de los derechos humanos con estas lógicas informales? ¿De qué modo específico se relaciona el verdugueo entre agentes y el verdugueo a detenidos? ¿Qué procesos se producen en las trayectorias biográficas a raíz del contacto con el verdugueo dentro de la cárcel?

Por último, la recurrencia de la violencia institucional, los casos de malos tratos y tortura hacia detenidos, a pesar de su judicialización y de los múltiples intentos de respuesta a través de programas de prevención de la violencia, llama a replantearse las actuales estrategias de intervención estatal. Consideramos que este artículo podría contribuir a este propósito.

Referencias

1. Este artículo reproduce y profundiza en algunos de los aspectos expuestos en “Aprendizaje y legitimación de la violencia”, que corresponde al capítulo V de Legitimación informal de la violencia y construcción de autoridad en el servicio penitenciario de la Provincia de Buenos Aires, tesis de maestría de Marina García Acevedo, dirigida por la Dra. Luisina Perelmiter y codirigida por el Dr. Martín Hernán Di Marco.
2. Para mayor información sobre los informes de estos organismos, consultar: <https://www.comisionporlamemoria.org/> y <https://www.cels.org.ar/web/category/carcelesysistemapenal/>
3. Se trata de un oficio predominantemente masculino, donde las mujeres trabajan o bien en sectores administrativos, sanitarios o en cárceles con población femenina.
4. Con el fin de preservar el anonimato de los entrevistados y de las instituciones, se omite el nombre de los proyectos e instituciones financiadoras.
5. Jerga con la que se refieren despectivamente a las parejas sexuales de los detenidos.

Bibliografía

Alabarces, P.; Garriga Zucal, J. y Moreira, M. (2008). El “aguante” y las hinchadas argentinas: una

- relación violenta. *Horizontes Antropológicos*, 14(30), 113-136.
- Ángel, L. A. (2015). *La política acá la hacemos nosotros: relaciones de gobernabilidad y jerarquización en una cárcel Bonaerense*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional de San Martín, Argentina. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/277>
- Baird, A. (2018). Becoming the 'Baddest': Masculine Trajectories of Gang Violence in Medellín. *Journal of Latin American Studies*, 50(1), 183-210.
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) (2013). Sobre las vidas precarias. Tortura, abandono y muerte en las cárceles argentinas. En CELS, *Derechos Humanos en Argentina. Informe Anual* (pp. 277-339). Buenos Aires, Argentina: Editores Siglo XXI.
- Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) (2015). Democratización de las estructuras de seguridad como condición para la gobernabilidad y la inclusión social. En CELS, *Derechos Humanos en Argentina. Informe Anual* (pp. 203-248). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS) (2016). Investigación y Sanción judicial de casos de torturas. Derechos Humanos en Argentina. En CELS, *Informe Anual 2016. Derechos Humanos en Argentina* (pp. 189-217). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Comisión por la Memoria, Comité contra la Tortura, (CPM-CCT) (2015). Políticas penitenciarias. En CPM-CCT, *Informe Anual 2015. El sistema de la crueldad IX, Sobre el Sistema de encierro y las políticas de seguridad en la provincia de Buenos Aires* (p. 111-171). Buenos Aires, Argentina: Comisión por la Memoria.
- D'Andrea, A. (2013). El bautismo de los ingresantes al profesorado de educación física. *Avá*, 23, 181-198.
- Daroqui, A. y Motto, C. (Eds.) (2008). *Cuerpos Castigados. Malos tratos físicos y torturas en cárceles federales*. Buenos Aires, Argentina: Editorial del Puerto.
- Daroqui, A. (Coord.) (2014). *Castigar y Gobernar: hacia una sociología de la cárcel. La gobernabilidad penitenciaria bonaerense*. Buenos Aires, Argentina: CPM, GESPyDH.
- De Haan, W. (2008). Violence as an Essentially Contested Concept. En S. Body-Gendrot, y P. Spierenburg (Eds.), *Violence in Europe. Historical and Contemporary Perspectives* (pp. 27-40). Nueva York, Estados Unidos: Springer.
- Denzin, N. (1989). *Interpretive biography*. Newbury Park, Estados Unidos: Sage Publications.
- Frederic, S. (Comp). (2016). *De la desmilitarización a la profesionalización. Un estudio etnográfico sobre la formación básica de la Policía Federal Argentina*. Quilmes, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Frederic, S.; Galvani, M.; Garriga Zucal, J. y Renoldi, B. (Comps.) (2013). *De armas llevar: estudios socio antropológicos de los quehaceres de policías y de las fuerzas de seguridad*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Galvani, I. (2013). Cuestión de Cintura. En S. Frederic, M. Galvani, J. Garriga Zucal y B. Renoldi (Comps.), *De armas llevar: estudios socio antropológicos de los quehaceres de policías y de las fuerzas de seguridad* (pp. 115-146). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Galvani, M. (2016). *Cómo se construye un policía federal desde adentro*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Galvani, M. y Mouzo, K. (2008). Locos y mártires. Análisis comparativo de la construcción de identidad en dos fuerzas de seguridad. En S. Frederic, M. Galvani, J. Garriga Zucal y B. Renoldi (Comps.), *De armas llevar: estudios socio antropológicos de los quehaceres de policías y de las fuerzas de seguridad* (pp. 89-114). La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- García Acevedo, M., (2019). *Legitimación informal de la violencia y construcción de autoridad en el servicio penitenciario de la Provincia de Buenos Aires*. Tesis de Maestría (Directora Luisina Perelmiter). Universidad de San Andrés, Argentina.
- Garriga Zucal, J. (2016). "Aplicar Mafia". La violencia como dimensión de un estilo popular.

AVATARES de la comunicación y la cultura, 3, s/n.

Goffman, E. (2004). *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Jennett, C.; Bull, D. e Islam, M. R. (2009). The Policing Practicum as a Rite of Passage. *Annual Australia and New Zealand Society of Criminology (ANZSOC) Conference*. Perth, Australia.

Lipsky, M. (1983). *Street-Level Bureaucracy: Dilemmas of the Individual in Public Services*. Nueva York, Estados Unidos: Russell Sage Foundation.

Maglia, E. (2017). La Policía y sus muertos: camaradas enlazados por el deber de honrar a sus caídos. *Publicar. En Antropología y Ciencias Sociales*, 14(23), 95-119.

Matza, D. (1969). *Becoming Deviant*. Englewood Cliffs, Estados Unidos: Prentice-Hall.

Meccia, E. (2017). Sobre vivencias oscuras, lenguaje y hospitalidad. Hablar y escribir sobre SIDA y homosexualidad. *El Banquete de los Dioses*, 5(7), 169-183.

Motto, C. (2012). Los usos de la violencia en el gobierno penitenciario de los espacios carcelarios. *Question*, 1(36), 69-80.

Nogueira, G.; Ojeda, N. y Lombrana, A. (2020). Reflexiones en diálogo interdisciplinar entre la antropología y el derecho: discursos y prácticas sobre el gobierno penitenciario en territorio bonaerense. *Antropología jurídica: investigar el campo penal desde una perspectiva local*, 27, 1-18.

Ojeda, N. (2014). “La administración de castigo”: El sentido de las lógicas burocráticas en el Servicio Penitenciario Federal Argentino. *Dilemas*, 8(4), 761-786.

Perlmiter, L. (2015). Dilemas de justicia y justificación. Una aproximación a conflictos de valor en la asistencia estatal. *Revista Papeles de Trabajo*, 9(15), 80-101.

Pita, M. V. (2017). Pensar la violencia institucional. Vox populi y categoría política local. *Espacios de Crítica y Producción*, 53, 33-42.

Presser, L. (2004). Violent Offenders, Moral Selves: Constructing Identities and Accounts in the Research Interview. *Social Problems*, 51(1), 82-101.

Procuraduría Penitenciaria de la Nación (PPN) (2020). *Informe Anual 2020*. <https://www.ppn.gov.ar/pdf/publicaciones/Informe-anual-2020.pdf>

Scheper-Hughes, N. y Bourgois, P. (2004). *Violence in War and Peace: An Anthology*. Oxford, Reino Unido: Blackwell.

Shaw, D.; Wangmo, T. y Elger, B. S. (2014). Conducting Ethics Research in Prison: Why, Who, and What? *Bioethical Inquiry*, 11, 275-278.

Sirimarco, M. (2005). Milongas: pedagogía del sufrimiento. Construcción del cuerpo legítimo en el contexto de socialización policial. *INTERSECOES*, 7(2): 53-67.

Sirimarco, M. (2013). De civil a policía (y viceversa) El proceso de cambio a partir de relatos de vida. *Revista de Antropología*, 55(2), s/n.

Tiscornia, S. (2017). La violencia institucional como tema de trabajo e investigación. *Revista Espacios*, 53, 25-32.

Recibido: 16/01/2022. Aceptado: 23/05/2022.

Marina García Acevedo y Martín Hernán Di Marco, “La lógica del verduqueo: legitimación de la violencia por agentes penitenciarios del Servicio Penitenciario Bonaerense”. *Revista Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 67-84.

Comunicación política y estrategia electoral en la campaña de Donald Trump

Political Communication and Electoral Strategy in Donald Trump's Campaign

José Abreu Colombri

José Abreu Colombri es doctor por la Universidad de Alcalá, España.
E-mail: abreucolombri@gmail.com

resumen

La irrupción del empresario Donald John Trump en el panorama político estadounidense tuvo una gran trascendencia mediática y social, desde el mismo momento en el que se anunció su candidatura a las primarias republicanas de 2016. Tanto en una dimensión académica como en una dimensión periodística, la retórica y la agenda de Trump han generado una ruptura del orden previamente establecido para analizar los procesos electorales. Situado fuera del oficialismo del Partido Republicano, el candidato fue capaz de ilusionar a todos los sectores de la “América” conservadora y ampliar la masa social de su partido, mediante una estrategia electoral ciertamente agresiva y ambiciosa. Dicha estrategia se fundamentó en una transformación de los estándares sobre los que se concebía la comunicación política y la difusión de programas políticos a la ciudadanía. La campaña republicana fue capaz de neutralizar la iniciativa política de Hillary Clinton y la superioridad presupuestaria del Partido Demócrata, a través de un discurso lleno de promesas y alusiones dirigidas hacia la ciudadanía, que todavía sufría las consecuencias económicas del desastre financiero de 2008.

palabras clave

Donald John Trump / elecciones presidenciales de 2016 / Partido Republicano / Estados Unidos de América

summary

The appearance of businessman Donald John Trump on the US political scene had great media and social significance from the moment his candidacy for the 2016 Republican primaries was announced. In both the academic and journalistic dimension, rhetoric and the Trump agenda have generated a breakdown of the previously established order to analyze electoral processes. Placed outside the Republican Party ruling party, the candidate was able to excite all sectors of conservative “America” and expand the social mass of his party through an undoubtedly aggressive and ambitious electoral strategy. This strategy was based on a transformation of the standards on which political communication was conceived and the dissemination of political programs to citizens. The Republican campaign was able to neutralize Hillary Clinton’s political initiative and the Democratic Party’s budgetary superiority through a speech full of promises and allusions directed at citizens who were still suffering from the economic consequences of the 2008 financial disaster.

keywords

Donald John Trump / 2016 presidential election / Republican Party / United States of America

Introducción

Los analistas políticos y los periodistas especializados en comunicación política siempre creen estar viviendo un momento clave en el transcurso de los acontecimientos presentes. Posiblemente, esa creencia venga determinada por las incertidumbres sociopolíticas y por el interés permanente en tratar de intuir las consecuencias futuras de los acontecimientos del momento presente. A modo de constante, en el caso de las campañas electorales estadounidenses es muy frecuente encontrar, entre las informaciones producidas por los medios de comunicación, términos como “histórico” o “trascendente”, pero en el caso de las elecciones presidenciales de 2016 dichos términos son muy acertados. Las primarias republicanas y la carrera hacia la Casa Blanca del candidato Trump se estudiarán en las universidades de todo el mundo, por muy diversos motivos, como fueron estudiadas en su día las campañas de los años 1980 y 2000.

Desde el momento inicial de la campaña electoral de Donald Trump, se produjo una riada de publicaciones bibliográficas, reportajes periodísticos y documentales audiovisuales sobre la vida y obra del empresario y sobre las motivaciones políticas del polémico e inexperto candidato republicano. Toda esa producción divulgativa y científica carece absolutamente de consenso, lo cual dificulta sobremedida la labor de investigación de las ciencias sociales, debido sobre todo a un exceso de información y a una gran cantidad de elementos de distorsión. Dicha dificultad se percibe claramente en el proceso de clasificación de fuentes y en la delimitación de un marco teórico (que tome en consideración las posiciones más destacadas y reconocidas sobre el tema). No obstante, la presente investigación tratará de abordar los condicionantes previos a la candidatura de Trump, la conformación de grupos de trabajo durante la celebración de primarias y el impulso y diseño de las principales líneas estratégicas para debilitar la candidatura demócrata de 2016. Por el contrario, la presente investigación evitará la valoración de la inmensa cantidad de encuestas y sus posibles repercusiones sobre la opinión pública.

El empresario Trump (al igual que varios componentes de su familia) ha tenido una relación muy estrecha con el mundo de los medios de comunicación desde la década de 1980. La agitada y divulgada vida social de Trump, como padre de familia, empresario inmobiliario, inversor financiero, agente publicitario y productor audiovisual, ha acabado por convertirse en un ícono de la cultura pop y una marca comercial consolidada. Así pues, el camino para convertirse en un referente político conservador ha sido mucho más corto que en otros casos de candidatos presidenciales (cercanos a las estructuras de poder del Partido Republicano). Mucho se ha hablado del buen manejo de las nuevas tecnologías de la información y de la eficacia de sus mensajes de precampaña, pero no hay que olvidar los factores de popularidad y presencia mediática previa al inicio de la carrera electoral.

Todas las excentricidades y cualidades retóricas de Donald Trump fueron adquiridas durante décadas, a través de la relación con los medios de comunicación y sus proyectos de producción. La trayectoria de Trump había sido muy nutrida y diversa en el mundo del espectáculo, la publicidad y el entretenimiento (Fitzduff, 2017: 13-20; Kellner, 2017: 1-15). Desde apariciones en entrevistas televisivas,

anuncios publicitarios y “cameos” cinematográficos, hasta la colaboración en programas de lucha libre (WWE) y la producción de su propio concurso (The Apprentice). Eso explica la capacidad de interpretación de diferentes roles y de improvisación en su escenificación política, las habilidades de lectura de guion (teleprompter) y de dominio de los elementos técnicos de grabación (independientemente de cuál sea el escenario) a la hora de competir con sus compañeros de partido en las primarias y con su oponente demócrata en la campaña presidencial.

En la grabación de *The Apprentice*, Donald Trump tuvo la oportunidad de dar a conocer su carisma personal y su idiosincrasia empresarial, y despertar así posiciones enfrentadas entre la audiencia, que trascendían en el plano ideológico. Amado y odiado, como una celebridad de primera fila, Trump tomó la determinación de entrar en política, rodeado de su familia y sus colaboradores más allegados, tal y como había emprendido cualquier empresa a lo largo de su vida profesional. La última temporada de su concurso finalizó en diciembre de 2014. Unas semanas después, en las mismas instalaciones de Trump Productions, en Nueva York, en enero de 2015, Jared Kushner comenzó a preparar el anuncio de la candidatura Trump ‘16, a diseñar las líneas estratégicas en publicidad y comunicación y a configurar la estructura logística y financiera de la precampaña (Trump, 2015: 1-5 y 7-18). Desde el mismo momento en el que se anunció la candidatura a la Casa Blanca, en junio de 2015, se dispararon todo tipo de especulaciones sobre las verdaderas intenciones del candidato, que fueron muy beneficiosas para los intereses de la familia Trump y toda su estructura de empresas y organizaciones.

Las primarias republicanas y la estructura organizacional

Desde los repetidos fracasos del Tea Party contra Obama, en presidenciales y legislativas, dentro del Partido Republicano no se había marcado con claridad una posición de liderazgo. Ante la irrupción de la candidatura de Donald Trump, a los grandes grupos de poder dentro del aparato del partido no les agradaba la presencia de un candidato incendiario y polémico (Rapoport y Stone, 2017: 136-147; Kates, 2017: 8-18). Es más, muchos líderes de peso se mostraron abiertamente contrarios a la figura de Trump en las primarias. Lo cierto es que, paso a paso, la retórica de *Make America Great Again* aumentaba en popularidad entre la masa social de los republicanos, hasta tal punto que Trump, con todo en contra, consiguió la aclamación entre los suyos y una de las victorias más aplastantes en la historia de las consultas primarias del Grand Old Party.

Tabla 1. Los resultados de las primarias en el Partido Republicano en 2016 por estado

Fecha	Estado	Trump %	*Otros %
09 de febrero	New Hampshire	35,2	37,8
20 de febrero	South Carolina	32,5	52,4
01 de marzo	Alabama	43,4	44,2

01 de marzo	Arkansas	32,8	59,0
01 de marzo	Georgia	38,8	53,6
01 de marzo	Massachusetts	49,0	45,1
01 de marzo	Oklahoma	28,3	64,0
01 de marzo	Tennessee	38,9	51,2
01 de marzo	Texas	26,8	65,7
01 de marzo	Vermont	32,3	58,7
01 de marzo	Virginia	34,8	58,2
05 de marzo	Louisiana	41,4	55,4
08 de marzo	Idaho	28,1	68,7
08 de marzo	Michigan	36,5	58,3
08 de marzo	Mississippi	47,2	50,2
15 de marzo	Florida	45,7	50,9
15 de marzo	Illinois	38,8	58,6
15 de marzo	Missouri	40,8	56,8
15 de marzo	North Carolina	40,2	57,2
15 de marzo	Ohio	35,9	62,6
22 de marzo	Arizona	45,8	49,6
05 de abril	Wisconsin	35,0	63,3
19 de abril	New York	60,2	39,9
26 de abril	Connecticut	57,9	40,0
26 de abril	Delaware	60,8	37,2
26 de abril	Maryland	54,1	42,9
26 de abril	Pennsylvania	56,6	41,8
26 de abril	Rhode Island	62,9	34,9
03 de mayo	Indiana	53,3	44,7
10 de mayo	Nebraska	61,5	33,4
10 de mayo	West Virginia	77,1	17,1
17 de mayo	Oregon	64,2	32,4
24 de mayo	Washington	75,5	20,6
07 de junio	California	74,8	20,8
07 de junio	Montana	73,7	19,6
07 de junio	New Jersey	80,4	19,6
07 de junio	New Mexico	70,6	20,9
07 de junio	South Dakota	67,1	32,9

*El resto de candidatos en las elecciones primarias: Ted Cruz, Marco Rubio y John Kasich.

Fuente: elaboración propia, según Nelson (2018: 51-52).

Tabla 2. Los resultados globales de las primarias en el Partido Republicano en 2016

	Trump	*Otros
Votos totales	13.757.244	14.974.447
Porcentajes	45,6%	49,6%
Número de primarias ganadas	33	4

*El resto de candidatos en las elecciones primarias: Ted Cruz, Marco Rubio y John Kasich.

Fuente: elaboración propia, según Nelson (2018: 52).

Tabla 3. Los resultados de *caucuses* en el Partido Republicano en 2016 por estado

Fecha	Estado	Trump %	*Otros %
01 de febrero	Iowa	24,3	52,6
23 de febrero	Nevada	45,9	48,8
01 de marzo	Alaska	33,6	55,6
01 de marzo	Minnesota	21,4	71,0
05 de marzo	Kansas	23,4	75,4
05 de marzo	Kentucky	35,9	62,4
05 de marzo	Maine	32,9	66,1
08 de marzo	Hawaii	43,4	55,5
12 de marzo	District of Columbia	13,8	85,2
12 de marzo	Wyoming	7,4	85,4
22 de marzo	Utah	13,8	86,2

*El resto de candidatos en las elecciones primarias: Ted Cruz, Marco Rubio y John Kasich.

Fuente: elaboración propia, según Nelson (2018: 53).

Tabla 4. Los resultados globales de los *caucuses* en el Partido Republicano en 2016

	Trump	*Otros
Porcentajes	26,9%	67,7%
Número de <i>caucuses</i> ganados	3	8

*El resto de candidatos en las elecciones primarias: Ted Cruz, Marco Rubio y John Kasich.

Fuente: elaboración propia, según Nelson (2018: 53).

A medida que Trump fue arrinconando a sus adversarios republicanos en las primarias, de forma progresiva llegó a acuerdos tácticos y formales sobre colaboración conjunta y cooperación (Sabato, 2017: 3-6). El gran elemento de oposición en el interior de la estructura organizativa del Partido Republicano se focalizó sobre el conjunto de organizaciones de la Derecha Cristiana.¹ Ted Cruz y Marco Rubio contaban con el apoyo personal y el soporte presupuestario de muchos grupos de activismo cristiano cercanos al bloque confesional del protestantismo reformado. Estos grupos consideraban que una vida llena de excesos, varios matrimonios –y sus sucesivos divorcios– y multitud de escándalos sexuales no eran los elementos más apropiados para construir una imagen de un líder político conservador. El segundo gran elemento de oposición contra el candidato Trump fue el oficialismo republicano. Muchos líderes y miembros relevantes del partido consideraban que la experiencia siempre había sido una de las garantías electorales. Desde su perspectiva, un candidato como Trump no solo conllevaría una derrota electoral, sino que destruiría la imagen de seriedad y confianza de los republicanos ante los electores de la “América” conservadora. George W. Bush mencionó en plenas primarias:² “‘Estoy preocupado’, dijo Bush recientemente a un grupo de *agents* republicanos en Dallas, según *Politico* [Magazine], ‘seré el último presidente republicano’. (...) Miembros de la familia Bush se han opuesto durante mucho tiempo a Trump” (Darcy, 19/07/2017).

De forma sorprendente, los candidatos más cercanos a los movimientos cristianos conservadores, como Marco Rubio y Ted Cruz, no supieron o no pudieron explotar los escándalos, las acusaciones de hijos ilegítimos y adulterio y los excesos verbales de componente sexual que saltaron en pleno proceso de primarias en torno a la figura de Trump. No pudieron ensamblar un discurso moral y de idoneidad presidencial, como otras veces se había hecho en contra de candidatos demócratas y republicanos: “Trump, minimizando sus comentarios como ‘charlas de vestuario’, negó haber besado o manoseado a mujeres sin su consentimiento. (...) ‘Nadie tiene más respeto por las mujeres que yo’, dijo” (Blau 09/08/2017).

A medida que avanzaron las semanas y las citas electorales de las primarias republicanas, el candidato Trump cada vez era más popular y su mensaje de regeneración tenía cada vez mayor difusión e impacto. La escenificación, la gesticulación y la simbología estética y lingüística de Trump robaron todo el protagonismo al resto de candidatos, y convirtieron los debates de precampaña en un improvisado amplificador de su mensaje político, lo cual favoreció sus aspiraciones de confrontación con la candidata demócrata y su postura oficialista. La simplificación del lenguaje, el reduccionismo teórico y la ejemplificación cotidiana hicieron furor entre una masa de votantes conservadores: muy desorientados por las victorias demócratas previas, muy desencantados con las alternativas de gobierno previas y muy indignados con la deriva de la realidad socioeconómica del país.

Una vez que la temporada de primarias republicanas comenzó en febrero, Trump continuó dirigiéndose a la derecha, con su éxito obtenido en un contexto de grandes resultados en las consultas republicanas. Trump ganó tres de los cuatro primeros eventos en febrero (perdiendo solo Iowa), y en tres

de los cuatro estados se emitieron más votos del lado republicano que del demócrata. (...) Trump continuó dominando la carrera republicana hasta el abrupto final en Indiana el 3 de mayo (...) (Cook, 2017: 86).

Ante esta explosión de popularidad (véanse las tablas 1, 2, 3 y 4), de forma progresiva, prácticamente la totalidad de las posiciones contrarias al proyecto de Trump, se volvieron en enérgicos apoyos al comprobar su efecto de revulsión electoral a lo largo de todo el país. El aplastante dominio de Trump en las primarias y el Congreso Republicano de 2016 apenas admite comparación desde el punto de vista histórico.

La estrategia clave de la campaña de 2016

Todas las derrotas electorales son dolorosas, pero la derrota de John McCain en 2008 estaba prácticamente asimilada entre las filas republicanas, a pesar de todos los esfuerzos realizados para contener el proyecto político del candidato Obama. En 2012, pese a la gran popularidad de Obama y la profunda transformación de los escenarios políticos y los cauces de comunicación con el electorado, los republicanos siguieron apostando por viejas fórmulas y manidos planteamientos que habían funcionado en el pasado, pero Mitt Romney fue incapaz de llevar la iniciativa en la campaña electoral y la reelección de Obama fue inevitable. La idea de haber controlado la Casa Blanca solo ocho de los últimos veinticuatro años (1992-2016) hizo que muchos líderes republicanos se plantearan la posibilidad de explorar nuevas estrategias para el estudio y diseño de los objetivos electorales. Por esta razón, el Partido Republicano realizó una gran inversión para investigar los condados y las regiones donde tendrían una mayor posibilidad de conseguir la victoria, más allá de sus tradicionales feudos. Esa estrategia buscaba la incorporación de nuevos votantes, la exploración de nuevas temáticas de interés público y la desmovilización de colectivos próximo al Partido Demócrata (Konkik, 2017: 70-81; Stone, 2017: 150-166). Esa estructura de trabajo, que se empezó a fraguar en 2012, encontró a su mejor aliado en el liderazgo carismático de Donald Trump, a pesar que todas las estrategias primigenias habían sido planteadas para tener un desarrollo dentro del oficialismo de los grandes grupos del Partido Republicano.

Si el gran apoyo de la infraestructura de partido fue uno de los principales activos que facilitaron la victoria electoral frente a Clinton, no cabe duda de que la personalidad y los planteamientos estratégicos del candidato Trump y su entorno directo fueron la causa más explicable de aquella sorpresiva victoria electoral en el otoño de 2016 (Kates, 2017: 285-288). De entre todos los factores y las cuestiones clave que intervinieron en aquel proceso electoral (Trump, 2015: 19-28, 31-45, 77-88, 101-107, 127-133 y 159-169), tomando como punto de referencia el discurso público de Trump, se puede integrar la siguiente clasificación temática de la campaña republicana:

1) La evocación constante con la grandeza de “América”. El candidato Trump se presenta ante la opinión pública como un admirador del mejor país del mundo, como un triunfador y un valedor del “sueño americano”. En definitiva, como un

ciudadano más que no está dispuesto a ver como los valores y los ideales que hicieron grande a los Estados Unidos languidecen o son eliminados por intereses espurios y corruptelas. Por su puesto, el Partido Demócrata y sus líderes históricos son los grandes responsables de esta degeneración nacional.

2) La defensa de la existencia de una conspiración mediática contra Trump y su proyecto político, promovida por el Partido Demócrata y las élites económicas y financieras de los Estados Unidos. En este caso, Trump se presentaba ante la opinión pública como un defensor de la verdad y la justicia, frente a los medios de comunicación de carácter liberal, que no hace otra cosa que distorsionar la realidad política y social, en contra de los intereses de millones de estadounidenses. Por este motivo, la confrontación con los medios de comunicación se justifica como una necesidad para la defensa los valores tradicionales, como una cuestión de honor y como una circunstancia de supervivencia política. Todas las libertades y todos los derechos individuales estarían garantizados con la llegada de Trump al Despacho Oval.

3) La identificación de los grandes problemas político de los Estados Unidos.

- A nivel interno. La corrupción de los poderes institucionales no debe tener cabida en la nación democrática y libre más importante del mundo. En este sentido, el candidato Trump y todo su equipo se presentan como hombres y mujeres abnegados, que se revuelven contra la injusticia social y contra los abusos de poder focalizados sobre Capitol Hill. Era muy frecuente entre los asistentes a los eventos políticos de campaña gritar “*drain the swamp*”, mientras Trump se autoproclamaba como un candidato sin antecedentes político, como un candidato “*anti-establishment*”.

- A nivel externo. Los grandes organismos internacionales y los compromisos gubernamentales con países aliados representan una onerosa carga para los contribuyentes. El panorama de la comunidad internacional no es nada beneficioso para el conjunto de los Estados Unidos, por este motivo el aislacionismo tiene que ser un objetivo pragmático, salvo en los casos en los que exista un problema de seguridad nacional tangible. Según Trump, todo el mundo se aprovecha de la enorme generosidad económica y financiera de los Estados Unidos, por este motivo los países aliados tienen que hacerse cargo del costo de su defensa.³ Tras el globalismo idealista de la administración Obama, la opinión de los estadounidenses volvería a ser tenida en cuenta para diseñar la presencia de “América” en el mundo. El terrorismo islámico, que amenaza los intereses estadounidenses a nivel global, es consecuencia de una sucesión de nefastas políticas intervencionistas y una errónea interpretación de la situación internacional por parte de la ideología liberal.

4) La identificación de los grandes problemas económicos de los Estados Unidos.

- A nivel interno. Una nación puede ser gobernada como una empresa multinacional o un negocio familiar: esfuerzo, constancia y talento. El proceso de desindustrialización y deslocalización ha arruinado regiones enteras y ha malogrado el proyecto vital de millones de estadounidenses. La decadencia industrial de los Estados Unidos debe ser revertida o arrastrará al resto de sectores a una situación de crisis permanente. El país y sus circuitos económicos no pueden absorber más

inmigración, por lo tanto, hay que combatir la inmigración ilegal para el normal funcionamiento del país y sus instituciones.

- A nivel externo. La competencia desleal de China debe ser combatida desde las instituciones. Al igual que se deben firmar nuevos tratados de comercio de forma bilateral con socios comerciales y de forma conjunta con estados vecinos. En este último caso, la reconsideración del NAFTA iba indefectiblemente unida a la construcción del muro fronterizo con México. En la misma línea argumental, Europa, Japón y Corea tendrían que posicionarse claramente ante los intereses económicos y comerciales de los Estados Unidos.

5) La preservación social y cultural de los Estados Unidos tiene que estar presente en la siguiente agenda legislativa. El Gobierno tiene la obligación y el derecho de defender el orden social, de restablecer la seguridad y poner en valor los elementos culturales que han hecho grande a “América” a lo largo de su trayectoria histórica. Aquí vuelven a emerger cuestiones como la inmigración, porque, según la interpretación conservadora, es incapaz de “adaptarse” al estilo de vida americano y está estrechamente ligada con la criminalidad, la defraudación fiscal y la inactividad laboral.

6) La interpelación permanente a la ciudadanía sobre su derecho a la prosperidad y su derecho a la seguridad. Estas cuestiones están interrelacionadas, por los procesos de argumentación del candidato Trump, a través de factores como la delincuencia, la falta de oportunidades, la pérdida de poder adquisitivo y la falta de apoyo institucional (empresas e individuos) sobre las regiones más deprimidas del país. En esta agrupación de temas tienen cabida las alusiones a la inmigración ilegal, a la desaparición de los registros “*Made in USA*”, a los salarios y al precio del combustible de los “viejos tiempos”, al derecho a tener una vivienda en propiedad, al derecho a portar armas, entre otros.

Tabla 6. Las victorias estatales en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2016

Trump	Clinton
Alaska: 163.387 (51,3%) E.V. 3	Hawaii: 266.891 (62,2%) E.V. 4
Arizona: 1.252.401 (48,1%) E.V. 11	Washington: 1.742.718 (52,2%) E.V. 12
Utah: 515.231 (45,1%) E.V. 6	Oregón: 1.002.106 (50,1%) E.V. 7
Idaho: 409.055 (59,2%) E.V. 4	California: 8.753.788 (61,5%) E.V. 55
Montana: 279.240 (55,6%) E.V. 3	Nevada: 539.260 (47,9%) E.V. 6
Wyoming: 174.419 (68,2%) E.V. 3	Colorado: 1.338.870 (48,2%) E.V. 9
North Dakota: 216.794 (63,0%) E.V. 3	New Mexico: 385.234 (48,3%) E.V. 5
South Dakota: 227.721 (61,5%) E.V. 3	Minnesota: 1.367.825 (46,4%) E.V. 10
Nebraska: 495.961 (58,7%) E.V. 5	Illinois: 3.090.729 (52,2%) E.V. 20
Kansas: 671.018 (56,2%) E.V. 6	Virginia: 1.981.473 (49,8%) E.V. 13

Oklahoma: 949.136 (65,3%) E.V. 7	Maryland: 1.677.928 (60,3%) E.V. 10
Texas: 4.685.047 (52,2%) E.V. 38	Delaware: 235.603 (53,1%) E.V. 3
Iowa: 800.983 (51,1%) E.V. 6	New Jersey: 2.148.278 (55,0%) E.V. 14
Missouri: 1.594.511 (56,4%) E.V. 10	New York: 4.556.124 (59,0%) E.V. 29
Arkansas: 684.872 (60,6%) E.V. 6	Connecticut: 897.572 (54,6%) E.V. 7
Louisiana: 1.178.638 (58,1%) E.V. 8	Rhode Island: 252.525 (54,4%) E.V. 4
Wisconsin: 1.405.284 (47,2%) E.V. 10	Massachusetts: 1.995.196 (60,0%) E.V. 11
Michigan: 2.279.543 (47,3%) E.V. 16	Vermont: 178.573 (56,7%) E.V. 3
Indiana: 1.557.286 (56,5%) E.V. 11	New Hampshire: 348.536 (46,8%) E.V. 4
Ohio: 2.841.005 (51,3%) E.V. 18	Maine: 357.735 (47,8%) E.V. 3
Pennsylvania: 2.970.733 (48,2%) E.V. 20	
Kentucky: 1.202.971 (62,5%) E.V. 8	
West Virginia: 489.371 (67,9%) E.V. 5	
Tennessee: 1.522.925 (60,7%) E.V. 11	
Mississippi: 700.714 (57,9%) E.V. 6	
Alabama: 1.318.255 (62,1%) E.V. 9	
Georgia: 2.362.631 (50,4%) E.V. 16	
North Carolina: 2.362.631 (49,8%) E.V. 15	
South Carolina: 1.155.389 (54,9%) E.V. 9	
Florida: 4.617.886 (48,6%) E.V. 29	
Maine: 335.593 (44,9%) E.V. 1	

Fuente: elaboración propia, según *The New York Times* (09/08/2017).

La columna maestra de la campaña presidencial, sobre la que se apoya toda estructura estratégica, fue plantear un modelo de búsqueda de potenciales votantes republicanos, en dos planos: geográfico y sociológico. En este caso, los medios de comunicación y las redes sociales fueron determinantes para el estudio de la masa electoral, a través de los reflujos de información directa e indirecta (*feedback, big data*). Los medios de comunicación, en su versión analógica y digital, no solo fueron utilizados para la divulgación de contenidos publicitarios e informativos, sino

que aportaron una valiosísima información para seleccionar objetivos de emisión de mensajes (Dunn y Tedesco, 2017: 99-115; Holloway, 2017: 27-46).

Tabla 7. Los resultados en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos en 2016

	Trump	Clinton
Votos totales	62.985.106	65.853.625
Porcentaje	45,9%	48,0%
Votos de los colegios electorales	306	232

Fuente: elaboración propia, según *The New York Times* (2017).

Desde el punto de vista estratégico, se podría sintetizar las cuestiones clave de la campaña en los siguientes puntos:

1) El gran impacto del fenómeno Trump reside en la desaparición abrupta de la objetividad en la presentación de datos e informaciones en el debate político. La teórica, la ideologización y la corrección retórica desaparecen, para dejar paso a los mensajes políticos planteados desde el impacto psicológico, la reducción teórica, la ejemplificación empírica, la simplificación gramatical y la vulgarización lingüística. De este modo, se proyectaron mensajes de gran impacto con tres principales finalidades: movilizar al votante republicano tradicional, tratar de atraer a votantes indecisos o desencantados con otras opciones políticas y desmovilizar al votante demócrata tradicional.

2) Los diseñadores de la campaña hicieron un gran esfuerzo por conocer los grandes temas de preocupación de la población. Por este motivo, el discurso de Trump era tan cambiante y se adaptaba en función del público al que estaba dirigido. Esta no es una circunstancia nueva en la estrategia política estadounidense, pero sí cuenta con un rasgo distintivo muy evidente: la incorporación de técnicas de marketing y consumo publicitario. De este modo, se proyectaron mensajes que la audiencia esperaba escuchar, y se generó así un vínculo psicológico con el discurso político y un vínculo de identidad común entre los votantes.

3) A pesar de que muchas de las argumentaciones y de las ejemplificaciones durante la campaña de Donald Trump provocaban explosiones de hilaridad entre muchos profesionales de la comunicación y muchas voces demócratas, Hillary Clinton no pudo gestionar su aparente ventaja. A pesar de contar con un mayor presupuesto de campaña, la candidata demócrata no consiguió tener la iniciativa en la presentación de propuestas originales y no fue capaz de romper el vínculo emocional entre las propuestas republicanas y la gente que había sufrido las transformaciones de la globalización, los desastres de la crisis financiera de 2008 y la ausencia de cobertura presupuestaria durante la administración Obama.

Una vez planteadas estas dos clasificaciones (temática y estratégica) de cuestiones clave, es necesario hablar de los estados más determinantes en las elecciones

presidenciales de 2016. A pesar de haber conseguido el voto popular, con una ventaja de más de dos millones, la candidata Clinton tuvo que ver cómo los republicanos ganaban con una diferencia de 74 votos electorales (véanse las tablas 6 y 7). Mientras que Trump trabajó de manera uniforme para conservar todos los estados de la parte central del país, en su mayoría áreas rurales y muy identificadas con el Partido Republicano, también se lanzó a recuperar estados más volubles (Florida, Ohio, West Virginia o Iowa) y con una larga vinculación al Partido Demócrata (Wisconsin, Michigan y Pennsylvania). Los veinte votos electorales del estado de Pennsylvania plantearon muchos interrogantes entre los analistas demócratas, que se quedaban perplejos al ver lo profundo que habían calado las soflamas económicas de Trump (Bradlee, 2018: 13-27; Pollak y Schweikart, 2017: 103-126).

Una mención especial merece el estado de California. Los republicanos realizaron una inversión muy fuerte en publicidad, aparentemente para intentar conseguir sus 55 votos electorales, pero la realidad resultó ser otra. Clinton cometió el error de emplear tiempo, personal del equipo de campaña y recursos económicos y publicitarios en un estado muy decantado hacia el Partido Demócrata. De esta manera, Trump pudo volcarse con los estados situados en la Costa Este y en la región de los Grandes Lagos⁴, con la intención de profundizar en cuestiones económicas, que habían estado desangrando a porcentajes muy altos de la población. “Trump sigue diciendo que va a gastar \$100 millones en su campaña” (Parnass, 31/10/2016).

Simbiosis de lo nuevo y lo viejo: comunicación, publicidad, mensaje y liderazgo

Una de las principales causas del escaso impacto de la publicidad de campaña del Partido Demócrata en 2016 fue la obsesión por los soportes digitales y por la compra de minutos en los grandes medios de comunicación. Con más del doble de dinero gastado en publicidad que su oponente, la candidata Clinton no pudo rentabilizar su supuesta ventaja inicial, frente a un discurso republicano anclado sobre una estrategia publicitaria basada en una mixtura de elementos tradicionales y elementos experimentales (Myers, 2017: 267-278; Rapoport y Stone, 2017: 147-151). Los demócratas llegaron a la cita electoral divididos, con una candidata presidencial que no trabajó el consenso y el apaciguamiento de los sectores enfrentados, con un discurso político triunfalista y una agenda económica agotada, con una importante parte de su masa electoral que todavía sufría las consecuencias de la crisis financiera de 2008.

Cómo ganó Trump gastando la mitad de dinero que Clinton. (...) “Nosotros teníamos suficiente dinero y el candidato adecuado. Es tan simple como eso”, dijo Lewis Eisenberg, el presidente de finanzas del Comité Nacional Republicano” (Schouten, 10/10/2016).

Trump anunció su intención de presentarse a las primarias republicanas con las ideas muy claras y los mensajes prediseñados. Como ya se mencionó en el primer epígrafe, su experiencia en el sector de las ventas y la publicidad le garantizó una buena comprensión y capacidad de trabajo con los especialistas de su equipo polí-

tico. El discurso de su primera aparición en Nueva York, el 16 de junio de 2015, no fue solo una declaración de intenciones, sino una especie de extracto de consignas, lemas, promesas y afirmaciones, que estarían muy presentes en toda la campaña electoral (2016) y en su discurso de su toma de posesión como presidente (2017). El cartel con el lema “*Make America Great Again*” estuvo presente en la puesta en escena del candidato Trump, flanqueando el atril. También se podían ver ocho banderas estadounidenses, y la canción⁵ “*Rocking in the Free World*” (Neil Young) sonaba a todo volumen.

La dicotomía planteada entre lo nuevo y lo viejo refleja el inmenso esfuerzo realizado por el equipo del candidato Trump en su intento de pugnar por el electorado más joven. Se pretendió transmitir el mensaje de que en un país grande tenía cabida toda la ciudadanía, independientemente de su edad o situación. La publicidad de campaña y la difusión de informaciones y mensajes políticos fueron una mezcla de programación pormenorizada e improvisación del candidato en los momentos concretos (Corder, 2016: 13-20; Hendricks y Schill, 2017: 121-130). Esta conjunción de factores podría ser compilada en la siguiente clasificación:

1) La implementación de objetivos publicitarios se establece sobre una segmentación previa y un proceso de selección en función de las posibilidades de éxito. Se apuntalan los objetivos próximos al Partido Republicano, se prescinde de los objetivos próximos al Partido Demócrata y se trabaja en profundidad la posibilidad de acercamiento a los elementos periféricos de todas las opciones políticas.

2) La construcción de los conceptos del significativo vacío, el significativo flexible y el significativo abierto. Se proclaman lemas simples y asimilables, que los electores interpretan y decodifican en función de sus predilecciones ideológicas y sus creencias personales. En este sentido, las frases “*Make America Great Again*” y “*America First*” tienen múltiples sentidos y múltiples interpretaciones. Los simpatizantes de Trump consideran que hacer un país grande de nuevo podría significar buenos trabajos, salarios altos, fábricas abiertas, vacaciones como en décadas anteriores, un país sin inmigración, ciudadanos plenamente anglófonos, salir a cenar los fines de semana, seguro médico en la empresa, la posibilidad de cambiar de coche, tener una casa en propiedad, poder tener solvencia en una zona rural, caminar por calles seguras, poder volar a casa para las celebraciones familiares, tener acceso a la educación superior, entre otros aspectos.

3) La utilización del miedo, la desesperanza y la desconfianza, a través de vaguedades, exageraciones, imprecisiones, mitos populares, leyendas urbanas y noticias falsas, incorporadas a la campaña oficial, a la primera línea del debate político. La finalidad de esta utilización de elementos inefables e irracionales está relacionada con la eliminación paulatina de los componentes teóricos y deontológicos del debate político y de los medios de comunicación. Esta estrategia fue planteada tanto para la movilización como para la desmovilización.

4) El asalto temático de los medios de comunicación y la cobertura informativa de los profesionales del periodismo. Cuando el enfoque periodístico no es el adecuado para los intereses de la proyección de mensajes favorables, el candidato Trump siempre redirigió los debates, las ruedas de prensa, las entrevistas y las

interpelaciones por medio de exageraciones, exabruptos, declaraciones polémicas, falsedades, victimizaciones, recursos organizativos, entre otras tácticas. Es lo que se ha conocido periodísticamente como “llevar la iniciativa en el debate”, al precio de saltarse todos los acuerdos tácticos y los marcos de cordialidad para el debate público entre republicanos y demócratas.

5) El contacto permanente con la gente, a lo largo de las primarias republicanas y toda la campaña presidencial, fue un elemento de enorme impacto entre la opinión pública. Este proceso de acercamiento a la gente se llevó a cabo a través de encuentros casuales por la calle, en eventos políticos partidarios, en visitas repentinas a lugares de trabajo, en encuentros fotográficos (*selfies*) con miles de personas, con la incorporación del público a los escenarios políticos y con el llamamiento de los voluntarios de campaña a tomar la iniciativa. En este sentido, el candidato Trump presumió de ser un hombre corriente, un político que escucha a la gente y que conoce la realidad social; alardeó de tener a los seguidores más fieles y al electorado más transversal y más patriótico.

6) La evocación permanente de la grandeza de los Estados Unidos, mediante la readaptación de mensajes e íconos históricos de la cultura estadounidense, hasta el punto de mitificar el pasado socioeconómico. Bajo esta premisa, Trump no dejaba pasar la oportunidad de fotografiarse debajo de un viejo cartel publicitario, de envolverse de elementos estilísticos de inspiración “retro”, de tener encuentros con veteranos, participar en actividades culturales pasadas de moda, citar letras y diálogos de grandes éxitos musicales y cinematográficos, o de sintetizar los grandes temas políticos de la retórica republicana, entre otras. La denuncia de la deriva negativa del país también merece una mención, como la colocación de carteles y pegatinas de campaña en fábricas cerradas, en edificios desahuciados, sedes activistas, infraestructuras deterioradas, entradas a guetos, áreas despobladas, y lugares similares. La imagen proyectada de la segunda mitad del siglo XX es una auténtica distorsión histórica, pero con un gran componente sentimental. Los mensajes y los productos vinculados a la idea de que cualquier tiempo pasado fue mejor son muy cautivadores para una gran parte de la población.

7) La creación de un marco de trabajo común entre los medios de comunicación analógicos y las plataformas comunicativas digitales. La fundación de medios de comunicación para la campaña (un ejemplo paradigmático sería Breitbart) y la utilización de redes sociales (el caso más simbólico sería Twitter) de todo tipo para generar debates entre la ciudadanía supuso un paso más en la peculiar batalla de Trump con los canales periodísticos establecidos. La necesidad de dar difusión a maratónicas jornadas de actividad política, en tres, cuatro y cinco estados o ciudades al día quedó muy bien cubierta. Del mismo modo, esta actuación reforzó al candidato Trump en su intento por transmitir una imagen de político no convencional y de víctima de la prensa liberal intransigente.

8) La afirmación permanente de que el exceso de planificación ideológica había puesto en una situación catastrófica a la economía y a las instituciones políticas a lo largo y ancho de todo el país. Por supuesto, en toda esta teatralización retórica, el Partido Demócrata, sus planteamientos progresistas y la influencia de sus sec-

tores periféricos habían colocado al país en esta situación crítica. En el momento crucial de 2016, el candidato Trump se presentó para solucionar todos estos problemas. Para ello, argumentaba falazmente que no tenía ideología, simplemente afirmaba que estaba dotado de talento para la economía y preocupado por el sufrimiento de la ciudadanía estadounidense.

Conclusión

Si se hace balance de las investigaciones sobre temática electoral, sobre los mensajes políticos y sobre las audiencias, es posible comprobar la existencia de una tendencia general de utilización de métodos cuantitativos y métodos mixtos. Hay temas de investigación que casan muy bien con la abstracción estadística, pero hay otros objetos de investigación que no se pueden plantear dentro de un estudio estadístico riguroso. Este es el caso de muchos de los fenómenos comunicativos y sociológicos derivados de la campaña electoral de Donald Trump. En una investigación global de la campaña emergen tantas variables de naturaleza psicológica, intangible e inefable, que no pueden ser abordadas sin interconexiones metodológicas múltiples y sin una valoración cualitativa final.

Todas las elecciones están condicionadas por un tema fundamental, dicho tema suele tener una gran repercusión entre los medios y entre el electorado. El tema “estrella” de la campaña presidencial de 2016 fue el planteamiento de la degradación socioeconómica de los Estados Unidos y las graves consecuencias del colapso financiero de 2008. El candidato Trump supo muy bien transmitir su mensaje a través de múltiples medios y canales, mediante una muy buena coordinación de sus diferentes estrategias. Por el contrario, la candidata Clinton no pudo contrarrestar el efecto retórico de los populares lemas “*Make America Great Again*” y “*America First*”. Los planteamientos de lógica política y realidad macroeconómica de los demócratas siempre estuvieron en la sombra.

Las justificaciones políticas facilitaron el impulso de los discursos de odio y simplificación del candidato Trump. Las estrategias comunicativas de Trump rompieron la normalidad democrática y socavaron la ética electoral preestablecida en los Estados Unidos. Así, contribuyeron a la creación de un escenario social muy polarizado. Existe una tendencia muy clara entre la prensa mundial a calificar de “populista” al candidato Trump. En cierto sentido, existen muchos elementos cercanos al populismo, pero han sido muy exagerados por los profesionales de la información, debido a que esos mismos elementos no han sido recalcados en otros líderes históricos estadounidenses. Hay que tener presente que el discurso de Donald Trump es una síntesis selectiva de los diferentes programas y posicionamientos ideológicos del Partido Republicano a lo largo del tiempo. En este sentido, se puede afirmar que la guerra iniciada por Donald Trump contra la prensa liberal y progresista tuvo consecuencias sobre los criterios de producción de contenidos políticos a lo largo de toda la campaña.

La utilización combinada de los medios de comunicación tradicionales y las nuevas plataformas digitales son sin duda una cuestión clave en la gran difusión de los mensajes políticos y los contenidos programáticos del Partido Republica-

no. En los últimos años se han generalizado términos como “posverdad”, como elementos de disrupción en el momento actual, pero son valoraciones exageradas, porque las falsedades y los bulos han existido siempre. La Revolución Digital ha dado mayor difusión al “juego sucio” en el ámbito de la política estadounidense, también se han sentado las bases de un nuevo código de conducta y una nueva identidad cultural entre las diferentes partes de la América conservadora.

La victoria electoral de Trump no se entiende sin su estrategia de comunicación política. Dicha estrategia se marcó tres objetivos para buscar una victoria electoral: mantener al votante tradicional republicano; intensificar el acercamiento a los votantes menos ideologizados en áreas con posibilidad de victoria republicana; y buscar la desmovilización electoral del votante tradicional demócrata en las zonas más deprimidas económicamente. En relación con la estrategia comunicativa, la campaña de publicidad electoral del Partido Republicano estuvo muy bien interconectada con los mensajes políticos y supuso una verdadera invasión de los espacios públicos y de las estructuras comunicativas a lo largo de todo el país.

Referencias

1. La primera personalidad relevante de la Derecha Cristiana en acercarse a la candidatura de Trump fue Jerry Falwell Junior. A través de las plataformas comunicativas de Liberty University, dio cobertura a los mensajes del candidato republicano y allanó el camino para la cooperación con otros líderes religiosos estadounidenses.
2. No obstante, cuando Donald Trump consiguió su victoria presidencial, en noviembre de 2016, se desató un estado de euforia entre las filas republicanas. Incluso las voces más críticas se rindieron ante el inopinado triunfador. La animadversión de la familia Bush por Donald Trump no era nueva.
3. La presentación del “plan” aislacionista fue muy polémico, porque Trump, de un día para otro, defendía la intervención directa sobre los focos de inestabilidad y el aumento de los programas de defensa. En este punto, se llevó muchas acusaciones de populista e irresponsable, dentro y fuera de su partido.
4. La región más degradada económicamente después de la implementación de políticas neoliberales, que produjeron deslocalización y desindustrialización. Se trata de Estados rebautizados por la información periodística como “Rust Belt”.
5. A pesar de que el artista canadiense protestó contra la utilización política de su canción, no pudo evitar que la letra se convirtiese en una “jaculatoria” y la música en un “himno” para los conservadores estadounidenses.

Bibliografía

- Blau, M. (09 de agosto de 2017). These Women Have Accused Trump of Sexual Harassment. *CNN Politics*. <https://edition.cnn.com/2016/10/14/politics/trump-women-accusers/index.html>
- Bradlee, B. (2018). *The Forgotten. How the People of One Pennsylvania County Elected Donald Trump and Changed America*. Nueva York, Estados Unidos: Little, Brown and Company.
- Cook, R. (2017). Presidential Primaries: A Hit at the Ballot Box. En L. Sabato, K: Kondik y G. Skelley (Eds.), *Trumped. The 2016 Election That Broke All the Rules* (pp. 83-96). Lanham, Estados Unidos: Rowman & Littlefield.
- Corder, T. (2016). *For the Love of Trump. The Historic 2016 Presidential Election*. Wroclaw, Polonia: Amazon Fulfillment.
- Darcy, O. (19 de julio de 2016). George W. Bush Reportedly ‘Worried’ He Could Be ‘the Last Republican President’. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/george-w-bush-last-republican-president>

republican-president-trump-2016-7?IR=T

- Dunn, S. y Tedesco, J. (2017). Political Advertising in the 2016 Presidential Election. En R. Denton (Ed.), *The 2016 US Presidential Campaign. Political Communication and Practice* (pp. 99-120). Blacksburg, Reino Unido: Palgrave Macmillan.
- Fitzduff, M. (Ed.) (2017). *Why Irrational Politics Appeals. Understanding the Allure of Trump*. Santa Barbara, Estados Unidos: PREAGER and ABC-CLIO.
- Fitzduff, M. (2017). Introduction: All Too Human: The Allure of Donald Trump. En M. Fitzduff (Ed.), *Why Irrational Politics Appeals. Understanding the Allure of Trump* (pp. 1-24). Santa Barbara, Estados Unidos: PREAGER and ABC-CLIO.
- Hendricks, J. y Schill, D. (2017). The Social Media Election of 2016. En Denton, R. (Ed.), *The 2016 US Presidential Campaign. Political Communication and Practice* (pp. 121-150). Blacksburg, Reino Unido: Palgrave Macmillan.
- Holloway, R. (2017). Midnight in America: The Political Conventions in 2016. En R. Denton (Ed.), *The 2016 US Presidential Campaign. Political Communication and Practice* (pp. 27-75). Blacksburg, Reino Unido: Palgrave Macmillan.
- Kates, S. (2017). *The Art of the Impossible. A Blog History of the Election of Donald J. Trump as President*. Redland Bay, Estados Unidos: Connor Court Publishing.
- Kellner, D. (2017). *American Horror Show. Election 2016 and the Ascent of Donald J. Trump*. Rotterdam, Estados Unidos: Sense Publishers.
- Myers, C. (2017). Campaign Finance and Its Impact in the 2016 Presidential Campaign. En R. Denton (Ed.), *The 2016 US Presidential Campaign. Political Communication and Practice* (pp. 259-283). Blacksburg, Estados Unidos: Palgrave Macmillan.
- Nelson, M. (Ed.) (2018). *The Elections of 2016*. Los Angeles, Estados Unidos: SAGE and CQPRES.
- Parnass, S. (31 de octubre de 2016). Trump Keeps Saying He's Going to Spend \$100 Million on his Camping. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/video/politics/trump-keeps-saying-hes-going-to-spend-100-million-on-his-campaign/2016/10/31/96e16fc0-9fb1-11e6-8864-6f892cad0865_video.html?utm_term=.61d72df78388
- Pollak, J. y Schweikart, L. (2017). *How Trump Won. The Inside Story of a Revolution*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Regnery Publishing.
- Rapoport, B. y Stone, W. (2017). The Sources of Trump's Support. En L. Sabato, K. Kondik y G. Skelley (Eds.), *Trumped. The 2016 Election That Broke All the Rules* (136-151). Lanham, Estados Unidos: Rowman & Littlefield.
- Sabato, L., Kondik, K. y Skelley, G. (Eds.) (2017). *Trumped. The 2016 Election That Broke All the Rules*. Lanham, Estados Unidos: Rowman & Littlefield.
- Sabato, L. (2017). The 2016 Election that Broke All, or At Least Most, of the Rules (pp. 1-29). En L. Sabato, K. Kondik y G. Skelley (Eds.), *Trumped. The 2016 Election That Broke All the Rules*. Lanham, Estados Unidos: Rowman & Littlefield.
- Schouten, F. (10 de noviembre de 2016). How Trump Won by Spending Half as Much Money as Clinton. *USA Today*. <https://eu.usatoday.com/story/news/politics/elections/2016/2016/11/09/another-way-trumps-bid-changed-politics/93565370/>
- Stone, R. (2017). *The Making of the President 2016. How Donald Trump Orchestrated a Revolution*. Nueva York, Estados Unidos: Skyhorse Publishing.
- Trump, D. (2015). *Great Again. How to Fix Our Crippled America*. Nueva York, Estados Unidos: Threshold Editions.
- The New York Times* (09 de agosto de 2017). Presidential Election Results: Donald J. Trump Wins. <https://www.nytimes.com/elections/2016/results/president>

Recibido: 04/10/2021. Aceptado: 09/09/2022.

José Abreu Colombri, "Comunicación política y estrategia electoral en la campaña de Donald Trump".
Revista *Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 87-103.

Juventudes y democracia: representaciones juveniles en la campaña electoral televisiva de 1989 (Brasil y Argentina)

Youth and Democracy: Representations of Young People in the 1989 Electoral Campaign on Television (Brazil and Argentina)

Dolores Rocca Rivarola

Dolores Rocca Rivarola es investigadora en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, de la Universidad de Buenos Aires y del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.
E-mail: doloresrocca@gmail.com

resumen

Las elecciones de 1989 en Argentina y Brasil pueden ser consideradas como un momento bisagra. En Brasil, se trataba de las primeras elecciones presidenciales directas después de dos décadas de dictadura. En Argentina, aunque la población ya había votado para presidente en 1983, 1989 coincidía con un escenario de desencantamiento con la política partidaria y de profundización de la crisis económica. En esos contextos, los modos en que las juventudes aparecían representadas en las campañas electorales en televisión cobraban una especial significación, y es posible observar, como se argumentará, la circulación y latencia de discursos e imágenes sobre la misma democracia y su devenir. Este artículo sistematiza las representaciones sobre lo juvenil (sobre todo en torno a la militancia juvenil, pero también desde otras formas de referencia a jóvenes) en los programas del Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), en Brasil, y en los spots, en Argentina, de los candidatos más votados (Collor, Lula da Silva, Menem y Angeloz). Esta comparación doble, entre fuerzas políticas y entre casos nacionales, se inscribe en un objetivo más general, que consiste en examinar las mutaciones en los modos de hacer campaña y se coloca como parte de la discusión acerca de las transformaciones en el vínculo político desde la redemocratización.

palabras clave

campaña electoral / jóvenes / democracia / Argentina / Brasil

summary

The 1989 presidential elections in Argentina and Brazil can be considered a pivotal moment. In Brazil, it was the first popular election after two decades of dictatorship. In Argentina, even though citizens had already voted for president in 1983, 1989 marked a scene of disenchantment with party politics and a deepening economic crisis. In those contexts, the ways in which young people were represented in electoral campaigns on television took on a special significance. We can observe, in those representations, the circulation and latency of discourses and images about democracy itself and its future. This article systematizes the representations of youth (especially around youth activism, but also in other forms of reference to young people) in the programs of the Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), in Brazil, and in the TV spots, in Argentina, of the most voted candidates (Collor, Lula da Silva, Menem and Angeloz). This double comparative analysis (of political forces and of national cases) is part of a broader objective of examining the mutations in campaigning and as part of the discussion on the transformations in the political linkage since the return to democracy.

keywords

electoral campaign / young people / democracy / Argentina / Brazil

Introducción

Identificar los modos en que las juventudes son representadas en el debate público no solo reviste importancia para comprender, por ejemplo, las relaciones intergeneracionales. También puede remitir a las formas en que una sociedad se entiende a sí misma, sus formas políticas, su pasado, presente y futuro.

1989 fue el año en que las y los brasileros volvieron a elegir su presidente. Ello, luego de dos décadas de dictadura y de un proceso electoral indirecto en 1985, que, si bien se había enmarcado ya en la transición democrática, había limitado la elección del nuevo gobierno a una votación por parte del Poder Legislativo existente. Asimismo, debido a la muerte repentina de Tancredo Neves, había asumido José Sarney, una figura vinculada al propio gobierno autoritario saliente, y que hacia el final del período, ya como candidato a vicepresidente, aún defendía públicamente sus métodos represivos.¹ Por otro lado, aun cuando las masivas movilizaciones y actos de la campaña *Diretas já* en 1984 habían acelerado el fin de la dictadura (Ansaldo, 2006), el movimiento que reclamaba elecciones directas también configuró un escenario o laboratorio en el que las élites aliadas a los militares obtuvieron una mejor dimensión del devenir político-social para rehacer a tiempo sus cálculos y para poder garantizar, con más realismo, su propia supervivencia (Araujo, 2006).

Interpretada desde la Ciencia Política como una transición negociada o pactada (O'Donnell, Schmitter y Whitehead, 1988), gradual (Lechner, 1986) y prolongada (Kinzo, 2001), la transición democrática en Brasil se caracterizó por un alto margen y poder de veto del gobierno autoritario saliente (y, a futuro, de las Fuerzas Armadas) para obtener prerrogativas sobre el diseño institucional postransicional (Stepan, 1988). Entre ellas, se encontraba la preservación del derecho constitucional de las FFAA a intervenir en el orden interno y, sobre todo, una garantía de que no se abrirían investigaciones sobre las violaciones a los Derechos Humanos. A partir de la Ley de Amnistía en 1979, revestida de una retórica de reconciliación y de “dar vuelta la página” (Bauer, 2016), insistir en la necesidad de verdad y justicia sería considerado por los artífices de la transición una forma de revanchismo y de incomprensión de las virtudes conciliatorias de los brasileros.

En Argentina, según el itinerario ya descripto en Amaral y Rocca Rivarola (2022, en evaluación), la transición democrática tuvo un carácter diferente a la de Brasil. Considerada en el marco del debate desde la Ciencia Política como una transición por colapso o derrumbe, catalizada por la guerra de Malvinas (O'Donnell, Schmitter y Whitehead, 1988), y acelerada en vez de gradual (Lechner, 1986), la transición argentina también incluyó un intento de la Junta Militar, al igual que en Brasil, de bloquear la eventual investigación y procesamiento judicial del Terrorismo de Estado, pero sin éxito. Con sus bases de sustentación ya carcomidas desde 1981 (Yannuzzi, 1996), con protestas más masivas desde 1982 (Acuña y Smulovitz, [1995] 2007), y con una contestación social “más vigorosa y osada”, incluso en el contexto de un gobierno paradójicamente más enérgico y menos conciliador (Novaro y Palermo, 2003: 407), la dictadura experimentó un brevísimo período de apoyo social a la guerra con Gran Bretaña. Sin embargo, al ser el conflicto externo

armado la función primordial de las FFAA, la derrota evidenció que, en la guerra, el régimen había puesto en juego su propia supervivencia (Yannuzzi, 1996).

Con avances –como la convocatoria a una Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas (CONADEP), en 1983, y el Juicio a las Juntas Militares, en 1985–, y también retrocesos o intentos de clausura –como las leyes de Punto Final (1986) y de Obediencia Debida (1987)–, la política militar y de justicia transicional del gobierno de Alfonsín incluyó medidas de subordinación del poder militar al civil en términos materiales o presupuestarios (Stepan, 1988). En ese marco, la tensión entre el gobierno y las Fuerzas Armadas alcanzó, por momentos, niveles inquietantes, como en los tres levantamientos “carapintadas”. Según Canelo (2006), la búsqueda de impunidad y las demandas sectoriales de las Fuerzas Armadas hacia Alfonsín acabaron por desplazarlas, ante los ojos de la sociedad, de su histórico rol en tanto poder arbitral a un poder meramente corporativo, algo que no se vio en Brasil.

El contexto de las elecciones de 1989 también era algo diferente en Argentina y Brasil. En Brasil, dada la forma, ya mencionada, de llegada al gobierno de Sarney en 1985, las elecciones directas de 1989 constituían un hito histórico en la recuperación democrática. Ese carácter de “primer voto” sería resaltado fuertemente, como veremos, en los programas del Horario Gratuito de Propaganda Electoral (en adelante, HGPE). Aquellos años (1989-1990) convergieron, asimismo, con un pico en los niveles de apoyo social a la democracia en Brasil, el llamado efecto Luna de Miel (Linz y Stepan, 1996).

En la Argentina de 1989, en cambio, la “primavera democrática” ya había comenzado y acabado. La ciudadanía ya había votado para presidente en 1983. En aquel entonces, los actos de campaña masivos en estadios o en la vía pública habían sido un componente fundamental del repertorio político argentino y una disputa, entre los principales candidatos, por demostrar una condición mayoritaria (Vommaro, 2006), para luego dejar de serlo por varios años. Las elecciones de 1989, si bien se enmarcaban en un proceso que ha sido señalado como de consolidación democrática (Morlino, 1986;² Russo, 1990), también coincidían con una profunda crisis económica y con heridas abiertas de las dos décadas anteriores. El desencantamiento con la política partidaria desde fines de la década del 1980 (Quiroga, 1996) fue especialmente marcado en las juventudes (Vommaro, 2015; Vommaro y Cozachcow, 2018). A su vez, a la par del deterioro de indicadores macroeconómicos y sociales, se ponían en juego aún en la memoria colectiva algunos de los traumas producidos por la represión estatal y la guerra de Malvinas.

Esas tramas nacionales particulares de 1989, disímiles y que, a la vez, forman parte de un proceso regional común, se conjugan, asimismo, con otras más generales, de desafección de la ciudadanía con los partidos políticos, fluctuación de las identidades políticas y personalización de la oferta electoral (Manin, 1992; Montero y Gunther, 2002; Pousadela, 2007), así como también de profesionalización de las campañas electorales (Norris, 2008), que se profundizarán en los años noventa.³

Este trabajo se dedica a analizar las representaciones sobre las juventudes y lo juvenil en la campaña electoral de televisión de 1989 –la de las cuatro candida-

turas presidenciales más votadas en Argentina y Brasil— a partir de esas tramas contextuales, para reflexionar en torno a dos interrogantes. Por un lado, ¿qué características asumieron en esas campañas las apelaciones a y representaciones sobre lo juvenil? Por otra parte, ¿cómo se vinculaban esos modos de representación audiovisual de las juventudes —sobre todo aquellas con un compromiso político activo— con valoraciones, discursos e imágenes sobre la democracia en circulación en aquel momento?

La hipótesis de trabajo que aquí se perfila entiende que aquellas representaciones audiovisuales y sus connotaciones —sobre todo en las alusiones a jóvenes con un compromiso político activo, pero también desde otro tipo de referencias a jóvenes— acababan por dar cuenta de o por vehiculizar discursos, definiciones y valoraciones sobre la representación política, la democracia y su devenir en el futuro. Dicho de otro modo, las campañas electorales televisivas ponían en juego no solo disputas entre candidatos y proyectos de gobierno, sino también entre significados, discursos e imágenes sobre la propia democracia y el vínculo político. A su vez, los modos en que se representaba audiovisualmente allí a las juventudes se anudaban con esa disputa.

Se entiende aquí a las juventudes desde una perspectiva generacional. Es decir, no se las comprende como un mero grupo sociodemográfico, definido en términos etarios o entendido como una etapa de la vida, sino como una categoría socio-histórica definida en clave relacional y situada. Se piensa en la generación (y en la configuración de una conciencia generacional) en relación con el momento histórico de socialización de las personas y su proceso de subjetivación asociado con esa experiencia compartida (Mannheim, [1928] 1993; Vommaro, 2015).

Los resultados de este trabajo se inscriben en un estudio comparativo sobre las representaciones de las juventudes en las campañas brasileras y argentinas de los años ochenta y de la segunda década del siglo XXI. Aquellas representaciones son observadas, a lo largo de esos períodos, con vistas a un objetivo más general: examinar las mutaciones en los modos de hacer campaña y de vehiculizar mensajes proselitistas como parte de la discusión acerca de las transformaciones sufridas por el vínculo político desde la redemocratización.

Corpus, metodología y antecedentes

Se ha seleccionado para el análisis las campañas de las cuatro candidaturas más votadas de 1989. En Brasil, se considerarán los programas del HGPE de Fernando Collor de Mello (*Movimento Brasil Novo*⁴) y Luiz Inácio Lula da Silva (*Frente Brasil Popular*⁵) para el primero y el segundo turno. En Argentina, por su parte, se tendrán en cuenta los *spots* televisivos de la campaña de Carlos Saúl Menem (Frente Justicialista de Unidad Popular) y Eduardo Angeloz (Unión Cívica Radical).

Como todo recorte en las unidades de análisis, esta selección implicó exclusiones, como por ejemplo, las campañas de quienes se posicionaron en un tercer lugar, Leonel Brizola (*Partido Democrático Trabalhista* o PDT) en Brasil, y Álvaro Alsogaray (Unión del Centro Democrático o UCEDÉ), en Argentina, o también

las de dirigentes que habían jugado un papel significativo en la transición democrática, como Ulysses Guimarães. Lo cierto es que, como se verá en la sección empírica, las campañas de Angeloz y Menem, en Argentina, y de Collor de Mello y Lula da Silva, en Brasil, establecieron entre sí, en cada país, una polémica recurrente. En Argentina, esto tuvo lugar desde el inicio de la campaña; en Brasil, la polémica fue más explícita e intensa para el segundo turno. Es en ese diálogo en el que se advierten algunos de los elementos que serán analizados en torno a las representaciones juveniles.

El ejercicio comparativo en este trabajo es, por lo tanto, doble: se cotejan, por un lado, distintas fuerzas políticas, pero también se comparan dos casos nacionales que presentan, en sus procesos de recuperación democrática, tanto similitudes como matices.

El análisis del contenido de los materiales relevados de propaganda electoral televisiva se desarrolló desde una metodología cualitativa de rastreo e interpretación de los mensajes y de la utilización de imágenes. Además de la revisión de trabajos previos centrados en el estudio de este tipo de materiales, como Albuquerque (1999), Panke (2011), Pires (2011), Dias (2013) –para Brasil– y Waisbord (1993) y García Beaudoux y D’Adamo (2006) –para Argentina–, también se consideraron aquellos trabajos que proponen un análisis temático [*tematológico*] como Gouvêa (2014), en el que se busca identificar focos y representaciones recurrentes en las narrativas de estas fuentes. No se trató, entonces, de un análisis cuantitativo de patrones o frecuencias de aparición de palabras o imágenes, sino más bien de una interpretación cualitativa de contenidos, simbolismos, mensajes y ausencias. Todo ello se dio desde pautas iniciales pensadas no como una camisa de fuerza que encorsetara el análisis, sino como una orientación, que permitiera comparar la información obtenida, en un intento por generar denominaciones comunes, relaciones y contrastes entre los datos (Glaser, 1992; Soneira, 2006).

En cuanto al acceso a los materiales empíricos, en Argentina, los *spots* relevados provinieron de dos fuentes: YouTube (búsqueda con diferentes palabras clave) y el Observatorio de Campañas Electorales, sitio web ya fuera de funcionamiento al momento de escribir este artículo.⁶ En total, se relevaron y analizaron 40 *spots* de la campaña de Angeloz y 33 de la de Menem, los cuales se difundieron, en 1989, de modo repetido en diferentes canales y horarios (con una duración variada, entre treinta segundos y tres minutos cada uno).⁷

En el caso de los programas del HGPE de Brasil, el DOXA, *Laboratório de Estudos Eleitorais, de Comunicação Política e Opinião Pública* (IESP-UERJ), me proveyó acceso a su acervo, con lo cual fue posible conseguir la totalidad de los programas de la campaña de 1989. De ese corpus, para el primer turno, algunos archivos incluían exclusivamente programas de Collor (alrededor de 250 minutos en total), y fueron todos analizados. Otros 23 archivos contenían los programas de todas las candidaturas una tras otra (allí, Collor y Lula tenían alrededor de cinco minutos de tiempo cada uno, lo cual sumaba un total de 230 minutos para estas dos candidaturas). Sobre esos 23 archivos, se analizó una muestra de 12 (como criterio, se seleccionaba uno, se omitía el siguiente en orden cronológico y se ana-

lizaba el que le seguía, y así sucesivamente). Es decir, se analizó un poco más de la mitad (120 minutos de video). Para el segundo turno, el tiempo asignado para el HGPE se dividía en partes iguales entre ambos candidatos, y todos los archivos fueron analizados, lo cual alcanzó un total de 411 minutos. En síntesis, sobre un corpus total de 891 minutos de HGPE de Collor y Lula, se analizaron 781 minutos (el 88% del material), poco más de 13 horas de programas.

El campo de investigación sobre campañas electorales televisivas en América Latina incluye abordajes cuantitativos y cualitativos. Dos aportes de alcance regional son las compilaciones de Crespo Martínez, Mora Rodríguez y Campillo Ortega (2015), y la de Leyva (2016). Esta última se centra en las estrategias de comunicación desplegadas en campañas gubernamentales y/o electorales de *spots* en México, Venezuela, Argentina, Colombia, Brasil, Chile y Perú. Entre los trabajos con un foco internacional más amplio está también el manual de publicidad electoral editado por Routledge (Holtz-Bacha y Just, 2017). Ello, además de estudios sobre la consolidación pionera de los *spots* electorales en Estados Unidos, como Kaid *et al.* (1993) y Brader (2005).

Para Argentina y Brasil, específicamente, la literatura sobre campañas electorales en televisión ha incluido, sobre todo, estudios acerca de uno u otro caso nacional, centrados en fuerzas políticas específicas o comparando diferentes candidaturas o procesos electorales en un mismo país. Un recorrido bibliográfico sobre las campañas electorales audiovisuales en Argentina y Brasil, desde la recuperación democrática hasta 2017, ya fue realizado en un trabajo propio previo (Rocca Rivarola y Moscovich, 2018). Desde entonces, han proliferado, para Brasil, estudios sobre la campaña presidencial de Bolsonaro y Haddad de 2018. Solo a modo de ejemplo, podemos mencionar los trabajos de Pimentel y Tesseroli (2019), Menezes y Panke (2020) y Contrera, Gregorio y Lima (2020).⁸ Por su parte, en el caso argentino, han aparecido también trabajos sobre la campaña presidencial de 2019, aunque centrados en la actuación de los principales candidatos en las redes sociales (Annunziata *et al.*, 2021; Montero, 2020) y no en los *spots* de TV.

En la siguiente sección de este trabajo, por otro lado, que reconstruye las características generales y del marco legal de las campañas de 1989, se recuperarán algunos trabajos específicos sobre aquel proceso electoral en cada uno de los dos países, que han sido de utilidad para entender su carácter y el escenario general en el que transcurrió.

Cabe destacar nuevamente que el análisis comparado entre campañas de ambos países, como se propone aquí, ha sido menos común en la literatura, con algunas excepciones, como Panke, Iasulaitis y Nebot (2015) o Rocca Rivarola y Moscovich (2018).

Por otro lado, las juventudes han sido abordadas como votantes (y, más aún, como consumidoras) para estudiar y medir el impacto de diferentes tipos de campañas televisivas (publicitarias o de políticas de Estado).⁹ También ha sido nutrido el campo de indagación de la participación y compromiso político juvenil.¹⁰ No obstante, las modalidades de representación de las juventudes militantes en las piezas de campaña electoral audiovisual no han sido hasta el momento un foco sig-

nificativo de atención de la literatura académica. Tanto ese objeto de investigación como su vinculación con una trama contextual más general de (re)construcción democrática y de transformaciones del propio vínculo político constituyen aún un área por desarrollar en la literatura especializada.

Las campañas televisivas de 1989: marco legal y construcción de imagen

Como se explicó antes, la elección de Tancredo Neves en 1985 había sido un proceso limitado, restringido al voto de un colegio electoral compuesto por parlamentarios. Entonces, fue recién en 1989 cuando la ciudadanía brasilera volvió a ejercer el derecho al voto para elegir al gobierno federal. Ello se convirtió en un elemento de fuerte simbolismo en las campañas televisivas de Collor y Lula. La elección, el 15 de noviembre, incluía, asimismo, la posibilidad de un segundo turno, fijado para el 17 de diciembre, si ninguna candidatura superaba el 50% de los votos.

En Argentina, la de 1989 era la segunda elección presidencial ciudadana luego de la dictadura (1976-1983). Se trataba de elecciones indirectas pero en un sentido diferente al antes descripto para el caso brasilero. A través del voto popular se elegía, el 14 de mayo, una boleta específica que incluía una fórmula presidencial y una lista cerrada de electores, y luego un colegio electoral con 600 representantes electos (y compuesto según los propios resultados de la votación popular) debía elegir efectivamente al nuevo presidente. El marco legal vigente era la Ley N° 22.847, sancionada durante la dictadura, y no incluía la posibilidad de un segundo turno (recién inaugurado como mecanismo electoral a partir de la reforma constitucional de 1994).

La campaña televisiva de 1989 en Brasil, especialmente la de Collor, ha sido considerada como un momento decisivo en el proceso de profesionalización de las campañas electorales (Albuquerque, 1999; Neto, 2007; Almeida, 2013). El HGPE de Collor se valió del uso de encuestas para mostrar la intención de voto; de la contratación de consultores de *marketing* político, *jingles* musicales, la atención cuidadosa en relación con la ropa de los candidatos y sus modos de hablar; y consagró técnicas y formatos que seguirían presentes por muchos años en las campañas televisivas. Paralelamente, la campaña tuvo una intensa presencia en las calles y en actos organizados [*comícios*], lo cual se advierte en el propio HGPE.

En Argentina, por su parte, se ha sostenido que 1989 ya exhibió un contraste con los multitudinarios actos de campaña de 1983 (Vommaro, 2006). Y, si bien la tradición de campañas electorales hechas por agencias de publicidad había comenzado con anterioridad, las campañas de los principales candidatos en 1989 fueron mucho más costosas que las de 1983. No obstante, también recurrieron a herramientas proselitistas más “artesanales” (Borrini, 2003) como caminatas de los candidatos, pintadas en las paredes y caravanas de autos, con el famoso “Menemóvil”, que recorrió, por ejemplo, varios kilómetros en el conurbano bonaerense. El HGPE de Collor mostró un repertorio similar de campaña, con imágenes de numerosas *carreatas* realizadas por el candidato y su comitiva antes de los actos, sobre todo en ciudades del interior de los estados. Como sostiene Fair (2014), para Menem, ese

tipo de actividades de campaña parecía reforzar una imagen de cercanía y vínculo directo con el electorado, aunque hubiera, en la práctica, mediaciones partidarias muy concretas. Algo similar podemos interpretar para la campaña de Collor, si consideramos que gran parte de su discurso ponderaba un supuesto vínculo directo, con el reiterado “*eu e vocês*”, y la autopresentación como una candidatura sin aparatos partidarios detrás, sostenida por la gente, como veremos en el trabajo.

Aquellas herramientas más territoriales alimentaron las herramientas más profesionalizadas, es decir, el propio espectáculo televisivo, que luego transmitía estas escenas. Particularmente, la campaña de Menem buscó transcurrir, más allá de los *spots* pagos, en acontecimientos periodísticos (*media events*) que la campaña buscaba provocar, para lograr una cobertura periodística en la programación habitual y en los medios gráficos (Borrini, 2003).

En términos de legislación, en Brasil la campaña de 1989 estuvo poco regulada o restringida en comparación con los años previos y los siguientes¹¹, lo cual significó una considerable libertad estilística y de contenido para las coordinaciones de cada campaña (Albuquerque, 1999; Almeida, 2013). Sin embargo, en simultáneo, la asignación y distribución del espacio televisivo y en radio sí estaba marcadamente regulada. La Ley N° 7.773 (1989) establecía un criterio para la división del tiempo entre partidos, para lo cual se creaba una tabla de correspondencia entre la cantidad de parlamentarios de cada partido o coalición y el tiempo que tendrían en el HGPE.

La campaña presidencial televisiva de 1989 en Argentina se desarrolló bajo un marco legal de menor regulación estatal, al permitirse, por ejemplo, la compra de tiempo/espacios para la difusión de *spots* en la televisión abierta. Este aspecto recién cambiaría de manera sustantiva en Argentina con la Ley N° 26.571 (2009).¹²

La audiencia de la propaganda electoral televisiva de 1989 parece haber sido, en ambos países, expresiva. En Brasil, una encuesta de IBOPE citada por Albuquerque (1999) mostraba que más del 20% afirmaba ver diariamente el HGPE y que entre el 63% (personas encuestadas con menor nivel educativo) y el 82% (mayor) lo miraban por lo menos una vez a la semana.¹³ Almeida agrega que el HGPE de 1989 acabó por tornarse “la gran vedette del proceso electoral” (2013: 04, nuestra traducción), dado que cada día la prensa gráfica analizaba las estrategias desplegadas por los candidatos en el HGPE del día anterior.

Por su parte, en relación con los *spots* (material analizado para el caso argentino), distintos estudios han sostenido la efectividad de esas piezas breves en la llegada al electorado. Desde su formato rápido, que permitiría una recepción desprevenida por parte de la audiencia, y por tanto una más fácil absorción (Macedo y Castilho, 2016), hasta su capacidad de redefinir las imágenes que el electorado se forma de las y los candidatos (García Beaudoux y D’Adamo, 2006). Asimismo, según Panke, Milla y Amarante (2020), la música incluida en la propaganda televisiva, a través de los *jingles* –fáciles de memorizar, pegadizos y concisos–, exhibía una especial capacidad no solo para fijar ideas clave, sino para repercutir en las emociones, y así despertar sensaciones, potenciar sentimientos y generar asociaciones en la audiencia que trascendían la propia comunicación sonora.

En términos de la construcción de la imagen del candidato, si la campaña menequista intentaba, a través de sus discursos en actos, presentarlo de modo mesiánico (Fair, 2014), la de Collor lo postulaba como autoridad (Albuquerque, 1999), en términos de superioridad moral (por ejemplo, como *caçador de marajás*¹⁴), de competencia, de experiencia, en su relación con el electorado, etc. Y, por momentos, como héroe (Albuquerque, 1999; Neto, 2007) o salvador de la patria (Almeida, 2013). Pero, cabe destacar, como un héroe solitario, sin grupos o mediaciones condicionándolo. Subyacía, así, determinada noción del vínculo político y representativo, como veremos a lo largo del trabajo.

En cambio, de Angeloz, cuyo carisma era menor, se resaltaba su capacidad técnica, como administrador, y el carácter viable de sus propuestas frente a las supuestas promesas vacías y la amenaza de caos y desgobierno que buscaba asociarse a Menem. Este último aspecto también se advertía en la campaña de Collor para el segundo turno, al asociar un eventual gobierno de Lula con estas palabras: caos, *baderna* [disturbio], *bagunça* [desorden], desorganización.

Lula, en cambio, se presentaba como un trabajador que conocía personalmente las penurias que sufría la población porque, como decía, “viví 20 años de mi vida como vive la mayoría del pueblo”.¹⁵ Albuquerque (1999) denomina a esto la construcción de una imagen de “identidad” con el electorado. También se lo presentaba como costurero de una alianza de partidos progresistas, y se resaltaba, como veremos, la mediación militante en su vínculo con las y los votantes, es decir, desde una noción del vínculo político contrapuesta con la de Collor.

Figura 1: Los cuatro candidatos: Collor, Lula, Angeloz y Menem



Fuente: Capturas de pantalla o *prints* del material relevado y mencionado anteriormente.

Representaciones y apelación a juventudes en las campañas de 1989

En un trabajo anterior (Rocca Rivarola y Moscovich, 2018), se argumentó que, luego de muchos años de campañas televisivas personalizadas y ponderando un vínculo directo entre líder y votantes, las campañas de Dilma Rousseff en 2014 en Brasil y de Cristina Fernández de Kirchner en 2011 en Argentina exhibieron una jerarquización de la representación audiovisual de la militancia, sobre todo la juvenil. Si se comparan aquellas campañas con las cuatro seleccionadas para 1989, vemos que solo en la de Lula la representación audiovisual de las juventudes militantes y las apelaciones directas a esos colectivos parecen tener un peso semejante.

Aquí podría argumentarse, para el caso argentino, que la campaña en televisión apuntó, en 1989, más a un público adulto y mayor, mientras que las y los jóvenes fueron interpelados más bien desde otros medios, como la radio, y a través de eventos culturales, como recitales de rock. Un ejemplo podría ser el posicionamiento a favor de Angeloz de la radio Rock & Pop, cuyo dueño, Daniel Grinbank, también produjo una gira de rock organizada junto a la Juventud Radical, con grupos y figuras por entonces reconocidos. La campaña de Menem incluyó a su vez festivales musicales folklóricos y uno llamado Rock en la Boca. Esa asociación entre la política electoral y el rock durante la campaña de 1989 aparece descripta por Provéndola (2017).

Sin embargo, la distinción antes argumentada entre las campañas de 1989 (ambos países) y de 2011 (CFK, Argentina)/2014 (Dilma Rousseff, Brasil) no es solo en relación con el peso de las representaciones juveniles, sino, sobre todo, de las juventudes militantes. En 1989, de los cuatro candidatos, solo Lula parecía apelar a y hacer gala recurrentemente de esas bases de sustentación propia. Ese elemento, por otra parte, perdería peso en las campañas posteriores del PT, por lo menos entre 1994 y 2010 (Rocca Rivarola y Moscovich, 2018).

Ahora bien, ¿cómo son las representaciones de las juventudes que sí aparecen en la propaganda televisiva en 1989? En esta sección se analizarán diferentes modalidades de esas representaciones que aparecen en la propaganda televisiva de 1989, a partir de la identificación de los trazos que podrían enlazarlas con definiciones latentes, en aquel momento, de la propia democracia y el vínculo político.

Con un foco primario en el tratamiento por parte de la campaña a las juventudes militantes, luego se identifican otras formas de asociación y referencias a lo juvenil: la atención a jóvenes en tanto votantes; la alusión a las hijas e hijos del candidato (utilización proselitista de la familia); la imagen de la democracia como joven o niña/o; la apelación a consumos culturales juveniles; y, finalmente, el énfasis en la propia juventud del candidato (concebida como encarnación de la renovación política).

Representación de las juventudes militantes

Se observa en los *spots* de Angeloz algo de representación de la militancia juvenil movilizada en actos, con banderas u ovaciones. Sin embargo, no se muestra como un rasgo sobresaliente, sino como fracciones fugaces en algunos *spots*. Incluso, en una de esas piezas, la connotación asignada a la militancia proselitista

roza brevemente la negatividad. Luego de una narración en *off* sobre la crisis, la inflación y la pobreza, aparece el candidato sentado en su escritorio pensando, escribiendo. El narrador continúa:

El hombre que nos guíe debe ser fuerte, sereno, serio. Debe hablar sin contradicciones, debe saber adónde quiere llevar al país y cómo hacerlo. No es tiempo de arriesgar más, de promesas vacías, de frivolidades. Porque cuando los actos terminen [*foto de un acto de campaña con multitud congelada, fotos de activistas con banderas*], y los ruidos se acallen, cuando se acaben todas las promesas electorales, un hombre tendrá que hacer el duro trabajo de gobernar. Tiene que ser un piloto en la tormenta. Eduardo Angeloz: la Argentina necesita su mano firme [*Imagen de video de Angeloz hablando enérgicamente en un acto*]. Ahora, más que nunca [*Angeloz saludando a la multitud, se congela la imagen y abajo un zócalo dice “Angeloz. Presidente para todos”*].

Si bien hacia el final se vuelve a mostrar al candidato en un acto de campaña con la multitud, la asociación previa entre actos militantes y un “ruido”, que obstaculizaría el pensamiento sereno necesario en las y los votantes para optar por la estabilidad y el cambio viable, desliza una desvalorización implícita del “agite” militante de la campaña.

¿Cómo aparecían representadas las juventudes militantes en la campaña de Menem? De una forma mucho menos explícita o valorizada que en el HGPE de Lula, pero, a la vez, a través de una modalidad indirecta y sugestiva. Hay una serie bastante homogénea de varios *spots* de Menem de dibujos animados con una bandita musical callejera compuesta por jóvenes y niños/as.¹⁶ Con un registro pasible de llegar a todas las edades y de ser fácilmente recordado, con repeticiones y con un carácter infantilizado —uso del dibujo animado, canción provocativa y pegadiza—, esa serie de *spots* no incluye propuestas ni explicita un proyecto político-económico. Veamos algunos ejemplos de sus cánticos (siempre con la misma melodía):

En estas elecciones hay muchos candidatos. Hay que fijarse bien para no elegir chichatos [referencia a Angeloz, que usaba unos gruesos anteojos].

Tenemo’ a este gobierno desde el 83. Elija bien, señora. ¡No se clave otra vez!

“Se puede” todo el día, “se puede” todo el año, parece que pidieran permiso pa’ ir al baño [referencia implícita a Angeloz, cuyo slogan de campaña era “¡Se puede!”].

Para estas elecciones, tenemos la precisa. El que vota a Carlos Menem recupera la sonrisa.

Los niños y jóvenes representados en la propaganda están involucrados, de algún modo, en política. Tal vez sea una exageración identificarlos como militantes,

pero no son los niños y niñas representadas en la propaganda de Angeloz, que se hamacan, dibujan casitas, entre otras actividades., sino que, en este caso, van juntos por la calle –al lado de paredes pintadas con el logo histórico de “Perón vuelve” o de la victoria peronista– y cantan una canción de campaña, toman posición, critican al gobierno, al candidato adversario, y a su espacio político, “los radicales”.

Este último aspecto merece atención: si bien, más allá de esos *spots* animados, no hay en la campaña de Menem una significativa presencia audiovisual de la militancia peronista juvenil, el clivaje “nosotros, los peronistas” versus “los radicales” (UCR-Angeloz), así como la exhibición de los escudos partidarios (ello en ambas campañas), postula todavía identidades partidarias explícitas. Ello distingue esa campaña de Menem, aun siendo muy personalizada, respecto de otras posteriores del peronismo en la Argentina de los años noventa y la década del 2000, e incluso de la campaña de Collor de 1989, como se verá aquí. A su vez, refleja un momento bisagra en cuanto a las transformaciones del vínculo político, al preservar algunos elementos propios de una etapa de identidades político-partidarias arraigadas en Argentina, pero también al introducir elementos de otra etapa ulterior, como la fluctuación de las identidades políticas.

Figura 2: Juventud Radical (JR) en campaña de Angeloz y la banda musical de jóvenes y niños/as en los *spots* de Menem



Fuente: Capturas de pantalla de *prints* de los *spots* disponibles en YouTube (ver links en notas al pie correspondientes).

Por último, para el caso argentino, tanto en los *spots* de Menem como de Angeloz, se formula, cada tanto, la convocatoria a la audiencia a participar de actos de campaña futuros, un elemento también presente en el HGPE brasileiro, en el que se muestran agendas semanales. Estos mensajes de “metacampaña”¹⁷ (Albuquerque, 1999) son medulares en los programas de Lula, y también asoman en los de Collor, aunque con características bien disímiles.

Por un lado, el Frente Brasil Popular llama a formar “comités de campaña pro Lula” (con una sucesión de imágenes de jóvenes que desarrollan tareas proselitistas, consensan una bandera y arman materiales de campaña), y a realizar actividades de recaudación de fondos (con un segmento de trabajadores de la empresa Volkswagen que juntan dinero).¹⁸ Para el tramo final hacia el segundo turno, el narrador en *off* convoca a una jornada de militancia, con actividades “puerta a puerta” en “tu barrio”, y el mismo Lula hace una arenga directa a la militancia, a la que su involucramiento activo y llama a llevar a cabo un último esfuerzo (para salir a la calle, con “nuestras” banderas, o fiscalizar en la elección). En otros términos, la militancia es designada como un interlocutor central en la campaña de Lula.

Por otro lado, la invitación al electorado de Collor a involucrarse es planteada en términos no estrictamente militantes: se exhibe gente (“millones de personas”) sentada firmando a favor de propuestas de medidas elaboradas por el bloque legislativo del candidato, o el candidato pide desarrollar una suerte de misión evangelizadora entre amigos y conocidos: “A vos que ya estás de nuestro lado, te pido que me ayudes, llevando vos mismo nuestro mensaje a los que todavía no se sumaron a nuestra campaña”.¹⁹

Este contraste manifiesto entre los programas de Lula y Collor en la forma que asume la metacampaña o convocatoria a involucrarse se inscribe en modos contrapuestos de representación de la militancia, y con ello, en nociones divergentes sobre el vínculo político.

En los programas del Frente Brasil Popular, la intermediación militante —exhibida como predominantemente juvenil— es destacada, ostentada y valorizada como un rasgo propio. Ello se muestra con sucesiones de imágenes, en los actos, de la militancia cantando, ovacionando, levantando un puño, y moviendo sus banderas partidarias, y con segmentos de actos de campaña hacia el segundo turno en los que el narrador en *off* identifica siempre la presencia de jóvenes militantes, y enumera sus respectivos partidos de pertenencia. Por supuesto, el objetivo aquí parece ser mostrar unidad y la exitosa costura, por parte de Lula, de una más amplia alianza electoral de cara al segundo turno. Sin embargo, en estos segmentos no se muestra solo a los dirigentes (exadversarios del primer turno que ahora apoyan a Lula), sino que se destaca la sustentación militante. Y, visualmente, el predominio juvenil es palmario.²⁰ Otro segmento, con múltiples imágenes de militantes, sobre todo jóvenes, movilizados, convoca en estos términos:

Atención, militante de la campaña de Lula. Este domingo sé parte de la ola Lula. En todo el país, quienes apoyan a Lula saldrán de forma organizada a los barrios, zonas comerciales y áreas de concentración popular.

Irán de puerta en puerta presentando las propuestas de gobierno de Lula. Participá vos también en tu ciudad, en el barrio en que vivís.²¹

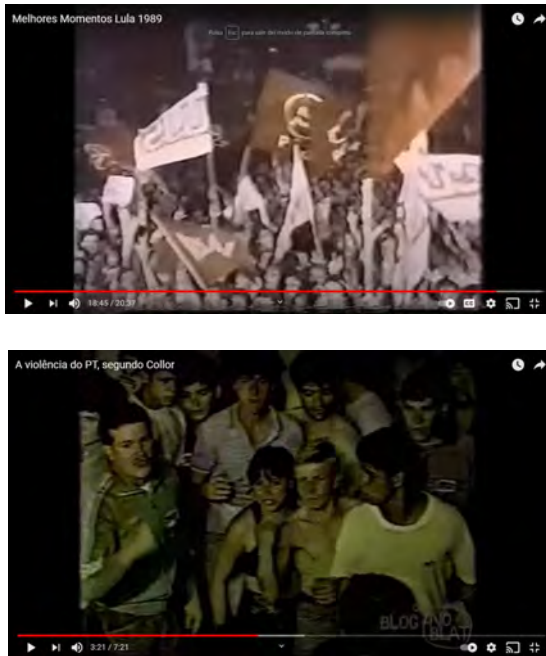
En la campaña de Collor sucede lo contrario. A través de una permanente ponderación de un supuesto vínculo directo con el pueblo, el candidato de la alianza *Movimento Novo* omite cualquier mención a su propio partido, el PRN (al que se había afiliado poco antes), o a los partidos aliados. Subraya, en cambio, que su candidatura nació “pura” y “cristalina”²², sin apoyos, sin la tutela de ningún grupo o partido. Asimismo, establece un diálogo constante con la audiencia, informal y afectivo (con la muletilla “*minha gente*”), forjando un “nosotros” del que solo él –dentro de la clase política– sería parte (“*eu e você*”, o “*eu e vocês*” en plural). A su vez, presenta al público asistente en sus actos de campaña como “electores” o como “el pueblo de [localidad]”, nunca como militantes organizados. De hecho, no se ven casi banderas partidarias en esas imágenes, sino solo banderas con su nombre y rostro. Este último elemento, orientado a producir cierta invisibilización de las propias bases de sustentación militante de un candidato en aras de privilegiar la imagen de un supuesto diálogo directo con la población no organizada, también ha sido señalado para el caso del partido PRO, de Mauricio Macri, en la Argentina más reciente (Rocca Rivarola y Bonazzi, 2017).

Para el segundo turno, y como corolario extremo de aquella estrategia de glorificar la supuesta ausencia de mediaciones entre el candidato y su electorado, la campaña de Collor apela a una estigmatización de la militancia organizada del PT y de la izquierda brasilera. Los programas de Collor no solo continúan insistiendo, después del primer turno, en que su candidatura “no pertenece a ningún partido, sino solo a vos”, y prescinden así de cualquier definición en términos de una identidad partidaria. Esta vez se dedican, además, a una virulenta campaña negativa, que asocia la militancia del PT con la violencia, la intolerancia, el fanatismo e incluso con el nazismo (llegan a exhibir en la programación electoral una gráfica de la esvástica nazi). Todo ello estuvo catalizado por los incidentes previos a un acto de campaña de Collor en Caxias do Sul (RS), episodio al que los HGPE de ambos candidatos luego dedicaron extensos segmentos. Los planos de cámara en los programas de Collor muestran acusatoriamente los rostros nítidos de distintas personas jóvenes que pelean, gritan y participan del tumulto (mientras pixelan a seguidores de Collor que hacen lo mismo). El relato hecho por la periodista Belisa Ribeiro para el programa de Collor resalta el carácter juvenil de los “violentos”: “gente joven, que nunca votó para presidente, rompiendo, pegando”.²³ Esa insistencia en la asociación de la juventud militante de izquierda con la violencia, el autoritarismo y el desorden se formulaba mientras la campaña de Collor para el segundo turno asumía una narrativa cada vez más anticomunista. Y ello tuvo lugar, en el marco de un contexto muy particular: la caída del muro de Berlín, producida el 9 de noviembre, poco antes de la primera vuelta. El HGPE de Collor se nutrió de esos eventos, y al agitar equivalencias entre el PT y el “atraso” de los regímenes socialistas de Europa del Este, o enfatizar, en una entrevista reproducida en el HGPE, que la militancia petista cantaba la “Internacional Socialista” en vez del himno nacional brasilero.

Así, la representación de las juventudes militantes es, en la campaña de Collor, rotundamente negativa. Es cierto que se trata de una juventud política adversaria: la del Frente Brasil Popular. Sin embargo, no le sigue a esta caracterización una comparación con otras juventudes partidarias que reivindiquen el compromiso político juvenil como tal. La contraposición es con “la gente”, el electorado sin adscripciones orgánicas, y especialmente valorado. Aquel tipo de comparación entre diferentes juventudes militantes sí se ve, en cambio, en el *spot* de Angeloz que muestra, en una sucesión de hitos históricos trágicos de la Argentina, a la guerrilla peronista (con fotos de Mario Firmenich, el dirigente de la organización armada Montoneros) para luego hacer gala de la Juventud Radical (JR) pacíficamente movilizada en actos ya en democracia. Esa narrativa despliega una continuidad con la autopresentación de la JR, a inicios de los años ochenta, a través de la consigna “somos la vida, somos la paz”, que surge de un contraste con la lucha armada de las organizaciones juveniles peronistas en la década de 1970.

Más allá de esos matices, parece circular implícitamente, tanto en la campaña de Collor como en la de Angeloz, una apropiación simbólica de la representación democrática, negada al adversario, que es postulado como una amenaza a la democracia.

Figura 3: Juventudes militantes representadas en el HGPE de Collor y de Lula



Fuente: Capturas de pantalla o *prints* de videos del HGPE disponibles en YouTube.

Otras formas de referencia a juventud/jóvenes

Si en los modos de representación de las juventudes militantes en las campañas televisivas de 1989 podemos observar la circulación de nociones y valoraciones particulares sobre la democracia y el vínculo político, hay otras modalidades de representación de lo juvenil en esas campañas que cabe articular con la trama contextual de aquel momento y con aquellas nociones. A continuación, se analizarán esas otras formas de referencia: las alusiones a jóvenes en tanto votantes; la presentación de la familia del candidato; la imagen de la democracia como joven o como niña/o; la apelación a consumos culturales juveniles de la época; y, finalmente, la insistencia en la propia juventud del candidato.

Jóvenes en tanto votantes

En términos generales, las juventudes no parecen ser interpeladas, en las campañas de TV de 1989, de modo directo o significativamente en tanto votantes. Esto es posible observarlo en relación con el registro, por ejemplo, con que los candidatos se dirigen a la audiencia, a la cual tratan de usted, en contraste con el tratamiento más informal de los *spots* del siglo XXI.

La campaña de Angeloz (UCR) parece orientada a un votante adulto. Presenta poca apelación a las juventudes votantes y construye una imagen del propio candidato como artífice de una eventual gestión “realista”, “seria”, con “promesas viables”. Excepto cuando las juventudes aparecen mencionadas como sujeto de políticas públicas o víctimas de la crisis económica y problemas educativos —un elemento también presente en las campañas de Menem, Collor y Lula—, la representación visual y discursiva de jóvenes en los *spots* de Angeloz es escasa. Incluso, un *spot* de su campaña que está centrado en los jóvenes tampoco los interpela de modo directo, sino que el “nosotros” (y la capacidad de transformación a través del gobierno o a través del voto) solo incluye al candidato y a otros adultos. Angeloz, en *off*, dice:

Ricardo se recibió de ingeniero. Quiere irse del país. Susana quería ser periodista. Hoy es empleada y no le alcanza para vivir. Fabián no puede conseguir trabajo. Y espera y espera. [*Luego, Angeloz parado en la calle, habla con enojo.*] ¡Basta! Estamos desperdiciando las esperanzas y energías de nuestros jóvenes. No podemos seguir así. [*Enumera distintas propuestas contra la burocracia excesiva y finalmente termina diciendo.*] Y lo haremos, porque está en juego el futuro de nuestros hijos.²⁴

Esa expresión, “el futuro de nuestros hijos”, en la que el “nosotros” equivale a los adultos, es muy recurrente también en las otras campañas, sobre todo en los programas de Collor. En uno para el primer turno, por ejemplo, al hablar en un acto sobre la corrupción y los *marajás*, dice: “Vamos a reconstruir esta nación, para aquellos que creen en ella, para aquellos que todavía ven la posibilidad de que podamos hacer algo para el futuro de nuestros hijos”.²⁵

Una excepción a esa exterioridad de las y los jóvenes respecto del “nosotros”, y en la interpelación al electorado, por parte de la campaña de Angeloz es un *spot*

elaborado y firmado justamente por la Juventud Radical, Comité Nacional. Allí, el “nosotros” enunciador del mensaje es la juventud (que es, a la vez, el sector interpelado por el anuncio). De hecho, es el único donde se tutea –se trata de “vos”– a la teleaudiencia. Siete años después de la Guerra de Malvinas (1982), la pieza vuelve sobre el tema y, de modo implícito, también sobre la violencia de los años setenta. Intenta asociar a Angeloz con la garantía futura de paz y a Menem y el peronismo con el legado trágico de aquellos años. Con un paneo de un cementerio en Malvinas, un joven narrador en *off*, en una catarsis generacional, dice: “En una Argentina violenta, los que damos la vida somos los jóvenes. No hablemos más de guerra. Voté Angeloz. Voté por paz y futuro para todos”.²⁶ Nuevamente, en este modo de representación de la juventud subyace la imagen de democracia asociada a la paz y representada exclusivamente por el candidato de la UCR.

La campaña de Carlos Menem se mueve en un registro más informal que la de Angeloz, con humor y hasta parodia. Esa informalidad procura evocar un carácter plebeyo del candidato, más popular, frente a un supuesto estilo más aparatoso o acartonado (menos “canchero”) del candidato del radicalismo, al que se le atribuye un discurso difícil o hasta pedante. En otros términos, se hace flotar la idea de que “los peronistas” manejan un lenguaje popular y preocupado por cuestiones urgentes como la pobreza, mientras la retórica radical consistiría en hablar con “palabras esdrújulas”.²⁷ No obstante, aun desde este contraste, los *spots* menemistas de 1989 no muestran una apelación directa a las y los jóvenes votantes. Al igual que en la campaña radical, el tratamiento al electorado es de “usted” o “señor” o “señora”, y cuando se habla de la juventud, la referencia es a terceros, como sujetos afectados por políticas públicas (o por su carencia, como cuando distintas voces en *off* mencionan razones para votar y una alude a “los jóvenes sin porvenir”²⁸). Además, hay cierta representación visual –aunque sin voz– de jóvenes en tanto trabajadores (en fábricas, minería, docencia, entre otras ocupaciones). Así, en la campaña de Menem, las imágenes latentes detrás de esas diversas representaciones juveniles asociadas a los problemas económico-sociales parecerían delinear una democracia pensada menos en términos procedimentales y más en términos de justicia social, lo cual nos remite a debates y disputas político-intelectuales sobre las implicaciones del concepto de democracia, el pasado y el presente ya presentes a inicios de los años ochenta (Lesgart, 2003).

En las campañas brasileras de 1989, no se observa tampoco una interpelación especial o destacada al electorado joven en tanto tal. Por ejemplo, el recurso de recoger testimonios en la calle de (supuesta) gente común –los llamados “populares” en el esquema conceptual de Albuquerque (1999)– utiliza regularmente una muestra mezclada, compuesta por personas de diferentes edades. Ello aparece con una diversidad socio-económica mayor en el HGPE de Collor (donde se muestran muchos perfiles de clase baja, pero también jóvenes vestidas a la moda) que en el de Lula, donde parecen predominar perfiles de encuestados y encuestadas de clase media y baja, y trabajadores o trabajadoras de la ciudad y el campo.²⁹

Cabe analizar, sin embargo, dos representaciones de juventudes específicas y, en algún sentido, contrapuestas, que emergen en las campañas de Lula y Collor. En el

HGPE de Lula para el primer turno, en un segmento sobre “la reforma agraria desde abajo”, que describe la vida en un asentamiento del Movimiento de Trabajadores Sin Tierra (MST) en Ronda Alta (RS), aparece destacada una juventud específica: jóvenes pobres, del movimiento, representados como saludables, que se entretienen (en momentos de ocio pautados) pero también se organizan colectivamente por sus derechos y para garantizar su vida. El narrador en *off* relata el funcionamiento del asentamiento, el intenso trabajo agrícola durante la semana y sigue:

El domingo es día de asamblea. Y después, el descanso merecido. Los más viejos juegan a las cartas. Los chicos [*a garotada*], muy saludables, juegan al fútbol [*imagen de jóvenes jugando a la pelota*]. Al final, el comienzo de una vida con dignidad [*con una foto de un niño sonriendo*].³⁰

La antítesis de esas figuras de jóvenes pobres organizados es construida en un segmento de Collor, reproducido en distintos programas del HGPE, donde la actriz Cláudia Raia entrevista a un joven carpintero que sale de su casa —en cuya pared externa se ve un afiche de campaña del candidato—, y carga una bolsa en su hombro (luego, la entrevista continúa dentro de su hogar, con su familia). Denervau Gomes da Silva dice que votó a Collor y volverá a hacerlo para el segundo turno. Ante la pregunta de Raia de qué piensa sobre el “candidato del PT que se presenta como el candidato de los pobres”, el joven asocia el PT a las huelgas y sentencia “la huelga no llena la barriga de nadie”. Luego, rodeada de otras personas al lado de la misma casa, Raia afirma que esas son “personas del pueblo, gente que pasa muchas necesidades y que va a votar a Fernando Collor de Mello. El pueblo no es bobo”.³¹ Con este y otros segmentos, el HGPE de Collor se dedica a afirmar que el candidato es el favorito de “los pobres” y destaca una figura del pobre bueno, honesto, que descrece de la organización colectiva, y que deposita su esperanza de mejorar sus condiciones de vida a través de una eventual victoria del candidato. Una vez más, atraviesa la campaña de Collor una forma particular de concebir el vínculo político, que rechaza las mediaciones orgánicas (partidarias, sindicales) y reivindica un lazo de confianza personal en su liderazgo.

Por el contrario, esas mediaciones son valoradas en la campaña de Lula (además de encarnadas en su propia trayectoria sindical y política). En el marco de una disputa discursiva sostenida en todo el HGPE para el segundo turno entre Collor y Lula sobre quién representa mejor a los pobres, Lula sugiere que Collor (“un adversario de clase”) engaña al pobre, al decir que lo ayudará sin explicar de dónde extraerá ese dinero o quiénes “dejarán de ganar algo” para ello. Sostiene que “es preciso utilizar esta campaña para aumentar el nivel de conciencia del pueblo. Porque el pueblo que no está politizado no es pueblo, es masa de maniobra. Y la clase dominante siempre usó a nuestro pueblo como masa de maniobra”.³²

Las dos figuras prototípicas de jóvenes pobres, entonces, expresan una disputa más amplia entre concepciones enfrentadas sobre el vínculo político: uno pretendidamente carente de mediaciones entre la ciudadanía y los liderazgos; otro bien definido a partir de la organización y concientización colectiva (a través de representaciones sectoriales, partidarias, entre otras).

Figura 4: Las figuras antitéticas del joven pobre en HGPE de Collor y de Lula



Fuente: Capturas de pantalla o *prints* del material provisto por el Acervo Doxa (ver ubicación de estos fragmentos en notas al pie correspondientes).

La familia del candidato

En su trabajo sobre la importancia simbólica de las familias de las y los candidatos en las campañas electorales mexicanas, Zalce (2015) enmarca la utilización estratégica de la vida privada en la progresiva personalización de las campañas. La interpreta como apelación a una comunicación no verbal, a un lenguaje íntimo propio de la confesión personal, y a la generación de confianza en el electorado a través de la humanización del candidato. Si la familia es vista como núcleo de transmisión de valores sociales, la forma en que un candidato se conduce con la suya se traduce como un símbolo de cómo conducirá eventualmente la nación.

Si consideramos ese análisis, cuando Collor cuenta que viajó con sus dos hijos (de 11 y 13 años) y su esposa al Amazonas para que asumieran “un compromiso con la naturaleza”, mientras las imágenes muestran a la familia mojada, en un bote, con el candidato remando³³, el mensaje pretendido es claro: la conciencia ambiental que Collor parece preocupado en inculcar a sus hijos se proyecta como garantía de una eventual política medioambiental como presidente.

La familia de Collor reaparece en otros segmentos: en su propia casa en Brasilia, donde él relata cuánto tiempo vivió allí (mediante lo cual destaca atributos de estabilidad y seguridad); y también con su esposa arriba del escenario de actos de campaña, quien lo escucha, saluda a la multitud, o incluso canta el *jingle* de cam-

paña, en una demostración de unidad y apoyo activo a su campaña (hacia el tramo final, también están allí sus hijos). Aunque la familia de Collor no tiene voz propia en el HGPE, su presencia es un rasgo significativo.

En el caso de Angeloz, uno de sus *spots* se dedica enteramente a su familia, en una escena doméstica alrededor de una mesa en un jardín. Él mismo como narrador en *off* presenta a sus hijos e hija jóvenes con su nombre, su profesión (“contador”, “ingeniero” y “casi abogada”), y luego a su esposa. La escena, armónica y con algunas muestras de cariño, se cierra diciendo: “Para nosotros, como para todas las familias argentinas, lo importante es la unión, la paz, la convivencia, Dios. Queremos que 1989 sea un buen año para todos. Este es el deseo de los Angeloz”.³⁴ Allí, entonces, la representación de jóvenes es la de dos profesionales y de una estudiante universitaria, de clase media/alta, religiosos, en una familia tradicional, y en un vínculo afectivo estable con su madre y padre. La humanización y la proyección de valores a los que refiere Zalce (2015) quedan manifiestas en el *spot*, frente a un adversario, Menem, cuya familia, con un perfil estético diferente, fue objeto de cierta atención por parte de los medios durante la campaña (y más, durante su posterior gobierno) pero no era exhibida en los *spots*.

La campaña de Lula, con un mayor foco en su frente electoral y menos personalizada que la de Collor, no recurre a la presentación de su familia, aunque sí se ve a su esposa a su lado en algunos actos. Sin embargo, hacia el final de la campaña para el segundo turno, la familia de Lula fue motivo de debate a partir de la campaña negativa del HGPE de Collor, centrada en la hija de Lula con una antigua pareja, Miriam Cordeiro, quien aparecía acusando a Lula de haberla “traicionado”, abandonado embarazada y ofrecido dinero para que abortara. Lula respondió, para lo cual se valió tanto de su “derecho a respuesta” (asignado por el Tribunal Superior Electoral) durante el tiempo del HGPE de Collor, como también en su propio programa electoral, en el que presentó a su hija Lurian a su lado. Allí, la joven, víctima indirecta del ataque proselitista, permanece seria, con la vista en la cámara y en silencio –posiblemente, el ser menor de edad influyera en esa decisión de no incluir su testimonio–, mientras Lula habla a la cámara, tocando sus hombros y, luego, incluso su cabeza.³⁵ Aquí, entonces, la presentación de la joven hija del candidato no integra voluntariamente la campaña de Lula sino que constituye una reacción ante la campaña negativa del adversario, pero cobra un peso significativo.³⁶

Las representaciones (o bien la omisión) de las y los hijos de los candidatos en la propia campaña televisiva devienen pretendidos reflejos del carácter y valores de los líderes, tanto en términos personales como en su proyección política como eventuales jefes de Estado.

Figura 5: El recurso de la familia en la campaña: Angeloz, Collor y campaña negativa contra Lula



Fuente: Capturas de pantalla de videos disponibles en YouTube (ver referencias en notas al pie correspondientes) y del programa de Collor provisto por el Acervo Doxa.

La imagen juvenil o infantil de la democracia

Otra forma de referencia a las juventudes e infancias es la ilustración de la democracia como joven o niña/o a quien debemos proteger, elemento que cobra significación especial en un proceso electoral que, en ambos países, se encontraba aún muy cercano en el tiempo a la transición democrática. En el caso de Angeloz, es la imagen de una niña que es hamacada en la plaza, con música tranquila y dulce de fondo, hasta que las manos adultas la hamacan más y más rápido, mientras vemos una sucesión de fotos en blanco y negro que evocan la violencia del pasado (la represión a protestas, las organizaciones armadas juveniles como Montoneros, la Triple A, entre otras) y su posible reedición en un gobierno peronista. Una narradora en *off* dice:

El domingo tomaremos la decisión más importante de nuestras vidas. No debemos votar con la bronca de hoy, debemos votar por la estabilidad de mañana. Debemos votar por el cambio, pero no por un cambio a cualquier precio. Votemos por un futuro en paz.³⁷

Figura 6: La imagen de la democracia como niña en la campaña de Angeloz



Fuente: Captura de pantalla de video disponible en YouTube (ver nota al pie correspondiente).

La asociación de la democracia con la juventud o la niñez, con el fin de la dictadura como un proceso todavía reciente, se esboza también en la letra del principal *jingle* de la campaña televisiva de Lula de 1989, “Lula lá”, compuesto por Hilton Acioli:

Sem medo de ser feliz, quero ver chegar Lula lá. Brilha uma estrela. Lula lá. Cresce a esperança. Lula lá. Um Brasil criança, na alegria de se abraçar. Lula lá, com sinceridade, com toda certeza para você, meu primeiro voto, para fazer brilhar nossa estrela. Lula lá. É a gente junto. Lula lá. Valeu a espera. Lula lá. Meu primeiro voto, para fazer brilhar nossa estrela. (El resaltado es propio.)³⁸

Esa alusión al “primer voto” podía pensarse en un sentido doble: tanto el ejercicio del primer voto en 1989 por parte de las juventudes, como el de generaciones anteriores que habían estado impedidas de votar a presidente durante más de dos décadas. Aquí, sin embargo, el énfasis no está puesto en la necesidad de preservar la joven democracia frente a un cambio brusco o inestable, como en el *spot* de Angeloz³⁹, sino, por el contrario, en la esperanza de una profundización democrática a través de la posibilidad de que un trabajador y un frente de partidos de izquierda lleguen al poder.

Aunque sin estas imágenes y metáforas, el énfasis en aquella elección como la efectiva recuperación democrática después del final de la dictadura aparecía también frecuentemente en el HGPE de Collor. Y, aquí sí de modo más semejante a Angeloz, en la campaña hacia el segundo turno, se presentaba al adversario como una amenaza para esa consolidación democrática, al asociarlo al autoritarismo y el desgobierno. De hecho, en sus alocuciones en numerosos programas, Collor repite insistentemente las mismas palabras al referirse a Lula, la militancia petista, la Central Única de Trabajadores (CUT) y otros actores aliados: *violência, caos, baderna, bagunça, fanatismo, intransigência, intolerância*.

En ese sentido, en ambas campañas, Collor –para el segundo turno– y Angeloz son presentados como una garantía frente a un adversario antidemocrático y peligroso.

La apelación a consumos culturales juveniles

Aunque con diferentes intensidades o peso, el recurso de apelar a consumos culturales, incluidos aquellos de la juventud, fue una marca presente en las campañas de 1989.

Un *spot* de Angeloz, por ejemplo, presenta una sucesión de imágenes de hitos políticos, deportivos y culturales desde la reciente recuperación democrática: la asunción de Alfonsín; el juicio a las Juntas militares; el premio Oscar a la película argentina *La historia oficial*; el plebiscito por el canal Beagle; imágenes de figuras populares del arte y el deporte en acción, como Mercedes Sosa, Charly García, Diego Maradona o Gabriela Sabatini.⁴⁰ Cierra con los candidatos radicales saludando a la multitud y un zócalo que dice “Lista 3. Garantía de paz y democracia. UCR”. Aquí, nuevamente, hay una disputa de sentido, en la que la democracia, e incluso hitos no relacionados con la administración de gobierno, como triunfos deportivos o recitales de música, aparecen como vinculados al gobierno de Alfonsín, frente a un peronismo al que se pretende desligar o delimitar de ese proceso, para asociarlo, en cambio, al pasado trágico.⁴¹ El radicalismo parecía con ello procurar una reactivación del clivaje autoritarismo-democracia que, como muestra Aboy Carlés (2001), había logrado instalar en 1983, con la denuncia de un supuesto “pacto sindical-militar”.

Además de ese *spot*, que exhibe a figuras de la cultura y el deporte como parte de un relato sobre los hitos de la democracia desde 1983, otra pieza, elaborada y firmada por la Juventud Radical (JR), también apela a consumos culturales juveniles, en este caso, el rock nacional, y se dirige centralmente a un electorado joven. Con

la foto intervenida de Angeloz (con un agregado de anteojos de sol, que suaviza y moderniza su imagen sobria), el *jingle* de rock nacional cantado por Mavi Díaz (vocalista del grupo Viudas e Hijas de Roque Enroll) dice:

Él tiene anteojos, se parece a Clark Kent, pero es mejor que el que dice “Sígueme”. Es medio serio y usa ropa formal, pero si no gana votos, vamos a pasársela mal. No tiene pinta de tocar rock ‘n’ roll; eso no importa, yo lo voto a Angeloz.⁴²

En un intento por hacer atractivo al candidato para un público juvenil, ante el cual podía parecer demasiado sobrio, serio y aburrido, este *spot*, de todos modos, es más episódico que un rasgo predominante de la campaña televisiva radical (como ya vimos, la apelación radical a la juventud aparecería más en otros medios, como la radio y eventos culturales o recitales de rock).

Figura 7: *Spot* de la Juventud Radical con imagen de Angeloz intervenida



Fuente: Captura de pantalla del video disponible en YouTube (ver *link* en nota al pie 49).

Por su parte, Collor de Mello musicaliza un segmento de crítica al gobierno de Sarney (con imágenes de pobreza, represión, jóvenes) con la canción de rock “Brasil”, de Cazuza⁴³, y recoge otros apoyos individuales del mundo artístico.⁴⁴ No obstante, la apuesta más ostensible por el apoyo de un colectivo de artistas se observa en las campañas de Lula y de Menem.

Además de escenas breves de actos masivos de campaña que incluyeron shows y participación de artistas, en el caso de Lula, y de algunos segmentos tipo *sketch* cómico con figuras reconocidas, en ambos casos, las campañas de Lula y Menem presentan una puesta en escena de artistas populares que se juntan para cantar y abogar por el voto al candidato, con rasgos similares que cabe considerar.

En la campaña menemista, el *spot* usa la canción “Valerosos corazones compañeros”, de Lito Nebbia, figura histórica del rock nacional, e incluye a alrededor de 40 artistas, que se van encontrando, para luego subir a un escenario, donde aplau-

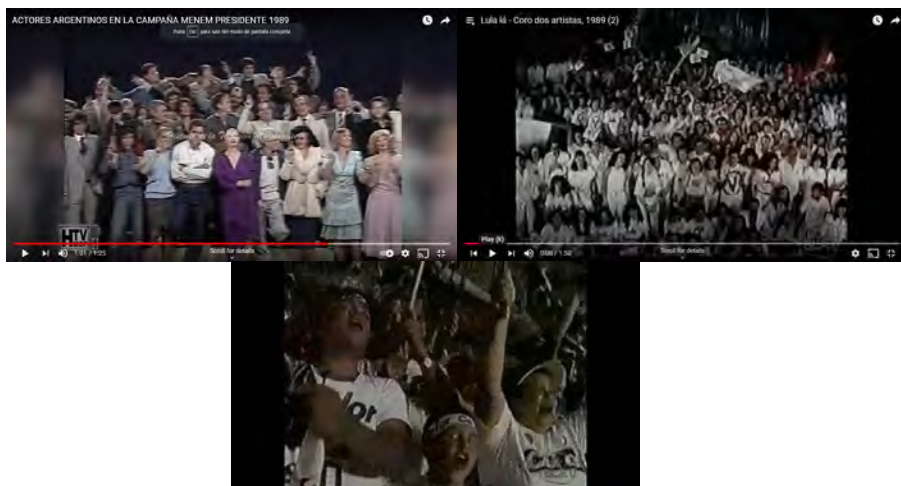
den y bailan al ritmo de la canción.⁴⁵ En los programas del HGPE de Lula, el *jingle* “Lula lá”, ya mencionado, es cantado con entusiasmo por un grupo de artistas, que lucen ropa blanca –en varios casos, con remeras y banderas con logos de partidos del frente y aliados, o de Lula mismo– y con primeros planos de varias y varios de ellos cantando y aplaudiendo.⁴⁶

Como principales contrastes están la cantidad de figuras reunidas (mayor en la campaña de Lula); el promedio de edad (más alto en el caso argentino); y la vestimenta (más homogénea y partidaria en el caso brasileiro). También destaca el hecho de que en el HGPE de Lula lo que se escucha es una multitud que canta encima de la música original, elemento potente y que proyecta, en tanto canción militante, un refuerzo de la pertenencia. En el *spot* argentino, en cambio, solo está el *playback* de la voz de Nebbia, aunque se agregan gestos de dedos en V (expresión que, en la tradición política argentina, simboliza la victoria y está asociada con el peronismo).

En ambos casos, más allá de los matices, el recurso a consumos culturales (juveniles) y a un apoyo colectivo explícito de artistas involucra no solo un puente hacia afinidades no estrictamente político-partidarias del electorado, sino también una tentativa de transferencia de popularidad de esas figuras al candidato.

En una parodia a aquella apelación al apoyo colectivo del mundo de la música y la cultura por parte de Lula, la campaña de Collor presenta una multitud de personas desconocidas, todas vestidas con remeras del candidato y con banderas alusivas, cantando su propio jingle (*Collor, Collor, Cooooollor, colorir a gente quer de novo...*). Luego, los créditos dicen: “El artista de verdad es el pueblo brasileiro. Y solo con Collor en la presidencia, esos artistas finalmente van a tener éxito”.⁴⁷ El mensaje va, una vez más, en la línea de proyectar un vínculo directo de Collor con la población, con la gente común, sin mediaciones de grupos políticos o, en este caso, de colectivos de artistas reconocidos. Es la gente ignota, el “pueblo brasileiro”, el que le daría su legitimidad. El análisis del segmento, sin embargo, muestra un carácter sumamente coreografiado y poco espontáneo del evento, que parece más bien una puesta en escena de supuesta “gente común”.

Figura 8: Colectivos de artistas en campañas de Menem y Lula, y campaña reactiva en HGPE de Collor



Fuente: Capturas de pantalla de videos disponibles en YouTube (ver links en notas al pie).

La juventud encarnada en el propio candidato

Como vimos hasta aquí, la campaña de Collor no está definida por una apelación especial a las juventudes en tanto interlocutoras, ni tampoco por una jerarquización en su representación visual. Sí se moldea, en cambio, una valoración de la juventud en la propia forma de construcción de la imagen del candidato, presentado como joven, novedoso y, con ello, esencialmente renovador, énfasis que ya ha sugerido también Albuquerque (1999).

Mientras que los discursos de los políticos argentinos sobre la renovación, durante los años ochenta y noventa, distinguían lo “joven” de lo “renovador”, al identificar la posibilidad de “viejas prácticas” o “vieja política/política tradicional” aun entre figuras jóvenes (Lenarduzzi, 2013), en el HGPE de Collor, juventud y renovación aparecen como sinónimos. Tanto en su autopresentación, como en la descripción que de él hace el narrador en *off* o las personas entrevistadas en la calle, un rasgo recurrentemente subrayado es que es “*jovem, novo*”. Así, la joven nadadora Daniela Lavagnino, “*recordista sul-americana*”, llega nadando al borde de la pileta y dice: “Voto a Collor porque él es joven. Y juventud para mí significa, sobre todo, renovación”.⁴⁸ La actriz Isis de Oliveira dice: “Él es mi candidato, porque él es joven, tiene garra, tiene ganas, tiene pulso firme”. Múltiples testimonios en la calle de “populares” (Albuquerque, 1999) vuelven sobre esa misma idea: Collor “es joven y va a llevar a Brasil para adelante”; “un hombre joven, fuerte y creo en él”; “Collor es un candidato muy experimentado aunque sea muy joven”. Otros

añaden la noción de renovación: “Cuando aparece una persona que tiene coraje de enfrentar la situación, todos los poderosos se colocan contra él”.⁴⁹ Aquí, el carácter renovador aparece enlazado con aquel rasgo ya analizado antes: el énfasis en un vínculo directo con la ciudadanía (*eu e vocês*), libre de mediaciones partidarias, *conchavos* o alianzas espurias.

En un discurso en el que mira a la cámara y habla de sus experiencias como gobernador, el propio Collor trae a colación su edad: “miren, mi gente, yo tengo 40 años de edad”.⁵⁰ Y en los primeros programas, frente a una cascada, el candidato, con el cabello húmedo y camisa arremangada, cuenta que no resistió y tomó un baño allí⁵¹, acción que evoca una imagen fresca y descontracturada de un dirigente político. Algo similar podríamos interpretar del segmento, ya analizado, en el que rema un bote en el Amazonas con su esposa e hijos, o del discurso en un acto donde dice que “Dios me privó del sentimiento del miedo”. Fuerza, frescura, potencia física, temeridad, todas cualidades comúnmente asociadas a la juventud. En otros segmentos, el narrador en *off* lo nombra como el gobernador más joven, o bien, al hablar del “perfil del presidente ideal”, afirma que “Brasil necesita un presidente que sea tan joven como el país que pretende construir, un presidente con ideas modernas”.⁵² Aquí no solo reaparece la imagen antes analizada, del carácter juvenil del régimen o del país, sino que en la juventud del propio candidato radicaría una promesa de renovación.

La diferencia entre la campaña de Collor del primero y el segundo turno radica en el giro de aquel carácter renovador que portaría el candidato. Si al inicio, el pasado que debe ser barrido es el propio *status quo* (en términos de Collor, “todo lo que está”), representado por la corrupción arraigada del gobierno de Sarney, la clase política tradicional, entre otros factores, para el segundo turno, en cambio, el “atraso” está personificado en las ideas de Lula y de la izquierda brasilera (asociadas al comunismo, cuyo declive en Europa Oriental es resaltado) y ese “atraso” se posa como amenaza para la nación. Sin dejar de autodefinirse como renovador, la inflexión es evidente: Collor pasa a representar la garantía del “orden”, “la paz” y “la democracia”.

Figura 9: Imágenes de Collor y testimonios sobre el candidato enfatizando su juventud



Fuente: Capturas de pantalla del material provisto por el Acervo Doxa.

Como refutación de aquella ligazón procurada por Collor al presentarse como joven y, por ello, renovador, Lula insiste, en sus programas para el segundo turno, en la necesidad de “evitar que la derecha conservadora se mantenga en el poder travestida de candidatura moderna”.⁵³ El HGPE de Lula incluso sugiere un crecimiento político de Collor asociado a la propia dictadura, lo cual activa, una vez más, una disputa de sentido sobre la democracia.⁵⁴ En ese sentido, se postula –no a sí mismo, sino a un “nosotros” (el Frente Brasil Popular y aliados)– como la verdadera renovación, entrañada no en una cuestión etaria sino en la perspectiva de un presidente que provenga de la clase obrera: “Lo nuevo en la política brasilera, y lo que le da miedo a él [Collor] es la posibilidad de que el pueblo de este país, a través de un tornero mecánico, llegue a la presidencia de la república por el voto”.⁵⁵

Reflexiones finales

Este artículo se ha dedicado a examinar las representaciones sobre las juventudes presentes en las campañas electorales de televisión en 1989 de las cuatro candidaturas presidenciales más votadas en Argentina y Brasil.

Luego de una primera etapa exploratoria de la investigación, que permitió organizar los hallazgos en diferentes dimensiones o ejes, algunas claves de interpretación permitieron delinear una articulación entre las características que asumían esas representaciones y las tramas contextuales en las que cada uno de los dos países se encontraba inmerso en 1989. De ese modo, y al igual que en otras investigaciones cualitativas (Mendizábal, 2006), un primer interrogante más descriptivo y preliminar –¿qué características asumen en esas campañas las apelaciones a y representaciones sobre lo juvenil?– condujo a delinear, a lo largo del propio proceso de análisis, una pregunta de investigación más orientada a interpretar y comprender. Esa pregunta era: ¿cómo se vinculan esos modos de representación audiovisual de las juventudes con diferentes valoraciones, discursos e imágenes sobre la democracia y el vínculo político en circulación en aquel momento? Se ha argumentado aquí que los modos de representación audiovisual de las juventudes (sobre todo las militantes) en las campañas electorales televisivas reflejaban tramas contextuales particulares de 1989, y se anudaban con disputas latentes entre valoraciones disímiles, y hasta contrapuestas, sobre la democracia y el vínculo político.

Si en Brasil la recuperación democrática llegaba a un clímax en 1989, con la primera elección popular luego de dos décadas de dictadura y picos en los niveles de apoyo a la democracia, pero también con marcada desigualdad social e indicadores económicos en tensión, en Argentina, los últimos años de la década de 1980 exhibían ya cierto desencanto con la política partidaria, especialmente entre las juventudes. Todo ello aparecía de la mano de una crisis económica profundizada, y en paralelo con la persistencia de los traumas legados por la dictadura, incluida la guerra de Malvinas.

En el marco de esas tramas confluyen ciertas formas de representar lo juvenil, que remiten a esos problemas del pasado, del presente y a las expectativas del futuro. Algunas de esas representaciones se fundan en una matriz adultocéntrica,

donde predomina una noción de la juventud como un mero tránsito a la adultez (Alvarado *et al.*, 2009), que la despoja, de su carácter de sujeto político. En esa clave podemos leer las referencias al “futuro de nuestros hijos”, o a los y las jóvenes como terceros ajenos a la interlocución formulada. La excepción son las interpelaciones recurrentes de Lula a la militancia (visualmente representada, sobre todo, como juvenil) a desarrollar una campaña activa. Así, en comparación con las campañas de 2011 (Cristina Fernández de Kirchner) y 2014 (Dilma Rousseff), en las otras tres campañas de 1989 (Collor, Angeloz, Menem) no se advierte en términos generales una apelación directa ni marcada al sujeto joven, al mencionar a las y los jóvenes más como terceros o como grupos especialmente afectados por algunas problemáticas (desocupación, déficits en educación, u otras) que como protagonistas.

Dicho esto, en los diferentes modos en que sí aparecen representadas y aludidas las juventudes, es posible advertir disputas de sentido acerca de la democracia y el vínculo político. Esas disputas se inscriben, a su vez, en tramas contextuales de construcción democrática y de progresiva mutación del lazo de representación.

Esa articulación entre representaciones de lo juvenil en la campaña y tramas contextuales aflora con especial fuerza, como ha sido señalado, en las referencias a las juventudes militantes (pasadas y presentes), tanto en los acentos o énfasis como en las omisiones o invisibilizaciones, tanto en su valoración como en su estigmatización. Como vimos, entonces, la crítica a la militancia petista (mayormente exhibida como juvenil) en la campaña de Collor para el segundo turno se corresponde con una estrategia de presentación del candidato en un vínculo político directo, cercano y sin mediaciones orgánicas con el electorado. No obstante, también porta una pretendida advertencia sobre los peligros que acechaban a la joven democracia brasilera (el “autoritarismo” y “comunismo” que podían venir de la mano de un triunfo de Lula). Con una intensidad matizada, el peligro de la “violencia” y el autoritarismo también es señalado en los *spots* de Angeloz y sus referencias a Menem, el peronismo y las organizaciones armadas juveniles de los años setenta. Por su parte, la campaña de Lula asigna a sus propias bases de sustentación activa un lugar significativo en el HGPE, al ostentarlas como un valor propio y apelando a ellas de modo reiterado, mucho más que en las campañas petistas de las dos décadas siguientes y que en las de los otros tres candidatos de 1989.

Sin embargo, también hemos visto en este trabajo cómo otras formas de referencia a lo juvenil evocan asimismo nociones diversas sobre la democracia y el vínculo político. La vehiculización de la imagen de la democracia como joven o niña/o, que debe ser protegida de peligros acechantes o bien que involucra esperanzas de transformación; la postulación de la juventud del candidato como pretendida garantía de renovación política (y una forma alternativa de entender la renovación, en términos de trayectoria colectiva de un partido de izquierda); la configuración de figuras antitéticas del votante joven y pobre (y con ellas, de un determinado vínculo entre el candidato y la ciudadanía); el recurso de apelar al apoyo de figuras populares que la juventud de la época consumía como modo

de transferencia de confiabilidad; la proyección de la familia del candidato en una eventual orientación política de gobierno y como parte de su propia construcción de imagen personal y moral. Todas estas representaciones de lo juvenil se anudaban con una trama contextual en la que circulaban concepciones diferentes acerca de la democracia y su devenir, así como también del vínculo político.

El progresivo enraizamiento democrático, a la par de sus limitaciones en la resolución de la crisis económico-social, la profesionalización y personalización de las campañas, la ascendente fluctuación de las identidades políticas tradicionales: estos y otros elementos delimitan un clima de época que hace de 1989 un momento especialmente rico para estudiar los modos en que las campañas electorales en televisión representaban a las juventudes. Cabrá, en futuros trabajos, llevar a cabo un ejercicio semejante, para ambos países, en torno a las campañas de las primeras dos décadas del siglo XXI.

Referencias

1. Al respecto, puede consultarse un escrito suyo en *Correio Braziliense* hacia fines de 1984, citado en Bauer (2016).
2. Morlino (1986) considera la consolidación democrática en términos de un proceso de fijación del régimen en sus características más esenciales (aunque con adaptación de otras secundarias). A su vez, le agrega otro elemento a su definición: el de una progresiva aceptación o legitimidad del régimen. No es la intención de este trabajo adoptar ni tampoco discutir el término “consolidación democrática” para aludir al momento analizado en ambos países (1989). Sí se pretende, sin embargo, pensar ese momento como diferente de 1983 (Argentina) y 1985 (Brasil), en función de algunos problemas que componían la trama contextual de la campaña presidencial.
3. Según Norris (2008), en los países occidentales, desde mediados de los años noventa, la profesionalización alcanzó a todas las actividades de campaña: segmentación de mensajes, estrategias diferenciadas entre la televisión y las nuevas tecnologías para la interacción partidos-medios-público, y un incremento sustantivo de los gastos de campaña, que produjeron una proliferación de la contratación de personal por sobre la utilización de militantes. Cabe considerar que esos fenómenos han tenido un correlato específico en Argentina y Brasil desde la recuperación democrática, con tiempos propios.
4. La alianza Movimiento Brasil Nuevo se componía del Partido de la Reconstrucción Nacional (PRN), el Partido Social Cristiano (PSC), el Partido Laborista Reformador (PTR) y el Partido Social Laborista (PST).
5. El Frente Brasil Popular era el producto de una alianza entre el Partido de los Trabajadores (PT), el Partido Socialista Brasileiro (PSB) y el Partido Comunista de Brasil (PCdoB).
6. Ese sitio web, organizado por la Carrera de Ciencia Política de la UBA, fue consultado durante 2019 para diferentes campañas (1983, 1989, 2011 y 2015). Luego dejó de funcionar, lo que implicó la necesidad de reconstruir el corpus con *links* de YouTube. Para la campaña de 1989, los *spots* ya habían sido analizados en informes, pero se ha perdido el acceso a la fuente original.
7. El relevamiento *online* para el caso argentino fue realizado junto con Gabriela Roizen, en el marco del GEPOJU. En total, se relevaron 128 *spots* de distintas fuerzas políticas, aunque para este artículo solo se incluyeron, como ya fue mencionado, los de Menem y Angeloz.
8. Por otro lado, un mapeo de la investigación de posgrado producida en Brasil en torno a la comunicación política (tesis de posgrado y disertaciones) indica un creciente y constante interés en ese campo (Aldé, Chagas y Dos Santos, 2013).
9. Un relevamiento de ese tipo de estudios excede los objetivos de este trabajo. A modo de ejemplo, sin embargo, puede mencionarse el estado del arte construido por Cheung, Harker y Harker (2008) en torno a las actitudes de las y los consumidores frente a la publicidad desde la perspectiva de diferentes generaciones.

10. No solo se han publicado numerosísimos estudios sobre el tema en ambos países, sino incluso estados del arte sobre el campo mismo de las relaciones entre juventudes y política. En Argentina, por ejemplo, pueden consultarse los trabajos de Bonvillani *et al.* (2008) y de Chaves, Faur y Rodríguez (2009). Para América Latina, libros colectivos, como el editado por Alvarado, Borelli y Vommaro (2012), han reunido contribuciones nacionales diversas en torno a las juventudes y su participación.

11. Por ejemplo, en los años previos, la *Lei Falcão* (1976) solo permitía exhibir la foto y curriculum del candidato. Luego de la elección de 1989, desde 1993 (*Lei Eleitoral N° 8.713*) nuevamente se imponían restricciones, como la imposibilidad de transmitir videos de actos de campaña. Los cambios en la legislación en torno al HGPE han sido evaluados como erráticos y motivados por intereses casuísticos de las fuerzas políticas o del gobierno, más que como una maduración en el modo de entender la propaganda política televisiva (Albuquerque, 1999).

12. La Ley de Partidos Políticos (N° 26.571) de 2009 determinó que los espacios de publicidad electoral en la televisión y las emisoras de radiodifusión fueran asignados por sorteo público y la distribución estuviera a cargo, exclusivamente, de la Dirección Nacional Electoral (50% equitativo y 50% proporcional al voto obtenido en elecciones previas), y que no pueda comprarse más tiempo de exhibición de *spots*.

13. Por otro lado, estudios posteriores han debatido sobre la influencia de la propaganda electoral televisiva regulada (HGPE) en la decisión del voto en Brasil. Algunos la han considerado capaz de influir sobre la intención de voto, activando o consolidando disposiciones previas, y operando como principal fuente de información para el elector común (Telles y Pires, 2013). Es decir, el HGPE contribuiría a consolidar el voto de los fieles y a captar la atención de indecisos. Otros trabajos han argumentado que el HGPE solo le da argumentos al o a la votante para sus conversaciones cotidianas, que es donde se cristalizan las opiniones (Veiga, 2002). Por otro lado, un estudio más reciente (Borba y Dutt-Ross, 2021) parte de la elección de 2018 (donde el ganador, Bolsonaro, solo había tenido seis segundos diarios de HGPE para el primer turno) para preguntarse si el HGPE ha perdido relevancia para la decisión del voto. A través de un abordaje empírico sobre dos variables (nivel de interés de la audiencia por el HGPE e impacto de la exposición al HGPE sobre el nivel de conocimiento en torno a las y los candidatos más votados), el estudio concluye que el HGPE no ha perdido su relevancia en la democracia brasilera.

14. El término *Marajás* alude originalmente a figuras antiguas de autoridad de India. En Brasil, se popularizó como modo de referirse a empleados públicos con salarios muy elevados o figuras poderosas y corruptas.

15. Archivo “1-2-89 dvidiv” del acervo Doxa. En adelante, para referencias textuales al HGPE se indicará el código del archivo provisto por el Acervo Doxa. Hago disponible mi correo para una eventual solicitud de acceso a alguno de ellos: doloresrocca@gmail.com

Más ejemplos de esa idea de Lula como uno más del pueblo pueden verse en el HGPE, cuando la actriz Beth Faria dice que Lula es “un hombre que es pueblo y que lucha por el pueblo” (Archivo 004_89C-005_89A); o cuando Lula recuerda cómo vivía él mismo las inundaciones en la ciudad, recorriendo una calle de barro para tomar el transporte público al trabajo. Luego, Paulo Betti cierra su propio testimonio sobre su madre empleada doméstica con un llamado a votar por “alguien que fue trabajador, que fue pobre y que puede ayudar a cambiar este país” (Archivo 017_89C).

16. Hay, por lo menos, cinco *spots* diferentes con la misma banda que canta una canción diferente. Dos ejemplos – en ambos se relaciona el voto a Menem con la “vuelta de la alegría” y con “recuperar la sonrisa” – son: <https://www.youtube.com/watch?v=M4Y3eoWOrB8> y <https://www.youtube.com/watch?v=eZ-HfGYfwm8>. Último acceso: 25/04/2021.

17. En este tipo de mensaje, para Albuquerque, se “habla de la campaña”: se comenta su desarrollo, se muestran imágenes de actos o se invita a involucrarse en ella.

18. Archivos 004_89A, desde minuto 31, y 1-2-89dviii, desde minuto 1.

19. Archivo 017_89A, desde minuto 4.

20. Un ejemplo es un acto en Florianópolis, en el que el narrador en *off* dice: “La militancia del Partido Verde, del PDT de Brizola, del PSDB de Mario Covas, del PCB de Roberto Freire. Todos se sumaron a la impresionante demostración de fuerza del Frente Brasil Popular” (1-2-89dviii).

21. Archivo 1-2-89dviii, desde minuto 57.

22. Archivo 001_89A, desde minuto 33.
23. Archivo 1-1-89dvdi, desde minuto 32.
24. *Spot* “56-Angeloz Jóvenes Estudiantes”. Acervo del Observatorio de Campañas Electorales. En adelante, todos los *spots* mencionados con este formato de nombre para Argentina corresponden al mismo acervo. En caso contrario, se indica el *link* respectivo de YouTube.
25. Archivo 1-1-89dvdi, desde minuto 76.
26. *Spot* “51-Angeloz Cementerio de Malvinas”.
27. Ello se ve en los *spots* “21-Menem esdrújulas”, “22-Menem micrófono”, “25-Menem, ‘se puede’ todo el año”.
28. *Spot* “29 PJ Urna”.
29. En cuanto a las mujeres jóvenes, específicamente, las cuatro campañas analizadas repiten un recurso: una especie de posta ocasional obligada o segmento aislado para hablar de las mujeres, y entre ellas, las jóvenes y aludir a algunas problemáticas de género, aunque privilegiando perfiles diferentes (por ejemplo, amas de casa y madres, en el caso de Angeloz; mujeres con “doble jornada laboral” en el caso de Lula).
30. Archivo 007-89B, desde minuto 44.
31. Archivo 1-1-89dvdi, desde minuto 43.
32. Archivo 1-2-89dvdi, desde minuto 30.
33. Archivo 1-1-89dvdi, desde minuto 41.
34. *Spot* “60-Angeloz. Mi familia”.
35. En aquellos días, el escándalo tomó un giro cuando una exasesora de Collor, María Helena Amaral, afirmó públicamente que a Cordeiro se le había pagado para que atacara al candidato petista. Ambos HGPE, tanto de Collor como de Lula, dedicaron nuevos segmentos a esa noticia, para desacreditarla o destacarla.
36. Borba (2017) compara la proporción de tiempo dedicada a la propaganda negativa en distintas campañas presidenciales en Brasil y muestra que, para el segundo turno, la campaña de 1989 tuvo niveles mucho más altos de propaganda negativa que otras posteriores: 38% frente a un 15% de 2002, un 11% de 2006 y un 19% de 2010.
37. *Spot* “79 UCR hamaca”, en: <https://www.youtube.com/watch?v=SfX38dfIEZc>. Último acceso: 26/04/21.
38. A diferencia de otras citas textuales, al tratarse de una canción, he mantenido el idioma original para preservar el espíritu estético y la rima. *Um Brasil criança* refiere justamente a la imagen de Brasil niño/a.
39. Cabe mencionar que la campaña de Menem se valió de recursos de respuesta a lo que consideraba una demonización de su figura. Por ejemplo, el actor Carlos Percivalle protagoniza un *spot* vestido de Drácula y menciona monstruos míticos en los que creen las y los niños (el “hombre de la bolsa”, el “lobo feroz”, el “cuco”). El *spot* presenta, así, a las infancias como astutas y fáciles de engañar, mientras que muestra al votante adulto como crédulo y valiente, capaz de “cambiar la historia” (*Spot* “20-Menem Drácula”).
40. Cabe aclarar que estas cuatro figuras no aparecen en las imágenes en apoyo a la candidatura de Angeloz, sino que se trata de videos fugaces de sus conciertos o de sus hazañas deportivas.
41. *Spot* “78- UCR Garantía”.
42. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fHYuScITGwM> . Último acceso el 22/4/21.
43. Estribillo: *Brasil // Mostra tua cara // Quero ver quem paga // Pra gente ficar assim // Brasil // Qual é o teu negócio // O nome do teu sócio // Confia em mim*.
44. Es el caso de las actrices Isis de Oliveira o Cláudia Raia, quien, como vimos, asume un rol de *reporter*/notera para algunos segmentos del HGPE –lo que Albuquerque llama “sujeto noticioso” (Albuquerque, 1999: 111)–, o de cantantes como Simone, que aparece en un acto de campaña.
45. Están presentes Alejandro Dolina, Gerardo Romano, Isabel Sarli, Víctor Laplace y Lito Nebbia, entre otros. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=n6M3U5sgREA>. Último acceso el 26/04/21.
46. Aparecen, por ejemplo, Gal Costa, Beth Carvalho, Gilberto Gil, Djavan, José Mayer y Chico Buar-

que. Este segmento se repite en el HGPE de Lula de 1989. Un *clip* puede consultarse en <https://www.youtube.com/watch?v=zYGpXMr7i4>. Último acceso: 26/04/21.

47. Archivo 1-1-89dvdiv, desde minuto 37:40. Un *clip* reducido del mismo segmento también está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=qBBOsICP0ME> (último acceso el 26/04/21).

48. Archivo 1-1-89dvdiv, desde minuto 85:50.

49. Archivo 1-1-89dvdi, desde minuto 50, 56; archivo 1-1-89dvdiv.

50. Archivo 1-1-89dvdiv, desde minuto 72.

51. Archivo 001_89A, desde minuto 34.

52. Mismo archivo, minuto 105.

53. Por ejemplo, en archivo 017_89A, desde minuto 10:30, y 1-2-89dvdiv, desde inicio (ambos del segundo turno).

54. Collor es asociado, en el HGPE de Lula, a la cría política de la dictadura. Se resalta, así, su designación como intendente (*prefeito*) de Maceió durante ese período. Y en un *sketch* cómico, un actor que imita a Collor aparece tirado en la playa y la presentadora dice que comúnmente se encuentran allí *filhotes de baleia* (ballenatos) pero ahora hay un *filhote da ditadura*. El mismo término es usado por Lula en un acto (archivo 1-2-89dvdiv).

55. Archivo 1-2-89dvdiv, desde minuto 25.

Bibliografía

Aboy Carlés, G. (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.

Acuña, C. y Smulovitz, C. ([1995] 2007). Militares en la transición argentina: del gobierno a la subordinación constitucional. En A. Pérotin-Dumon (Dir.), *Historizar el pasado vivo en América Latina*.

Albuquerque, A. (1999). “*Aqui você vê a verdade na tevê*”: *A propaganda política na televisão*. Niterói, Brasil: MCII.

Aldé, A.; Chagas, V. y Dos Santos, J. G. B. (2013). Teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-2012): um mapa da pesquisa em comunicação e política. *Revista Compólitica*, 2(3), 8-43.

Almeida, M. P. (25-27 de setembro, 2013). O Consenso de Washington chega ao Brasil: O Neoliberalismo na Propaganda Eleitoral de Fernando Collor de Mello. *VI Congresso Internacional de História*.

Alvarado, S. V.; Posada, J. E. M.; Gaviria, D. y Muñoz, A. (2009). Contextualización teórica al tema de las juventudes: una mirada desde las ciencias sociales a la juventud. *Revista latinoamericana de Ciencias sociales, niñez y juventud*, 7(1), 83-102.

Alvarado, S. V.; Borelli, S. y Vommaro, P. (Eds.) (2012). *Jóvenes, políticas y culturas: experiencias, acercamientos y diversidades*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.

Amaral, O. E. do y Rocca Rivarola, D. (2022). Remembering and Repairing the Authoritarian Past: Contrasting Policies and Enduring Outcomes for Democracy in Argentina and Brazil. Artículo enviado a revista y bajo evaluación.

Annunziata, R.; Ariza, A.; March, V., y Torres, S. (2021). El mensaje electoral en las redes sociales: Alberto Fernández, Mauricio Macri y el retorno de la promesa. *Revista Más Poder Local*, 43, 28-47.

Ansaldi, W. (2006). Juegos de patriotas. Militares y políticos en el primer gobierno posdictadura en Bolivia, Brasil y Uruguay. En A. Pucciarelli (Ed.), *Los años de Alfonsín. ¿El poder de la democracia o la democracia del poder?* Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Araujo, F. J. (2006). *Mandonismo e cultura política pos-1985* (Tesis de Doctorado en Sociología). Universidade Estadual Paulista, Araraquara, Brasil.

Bauer, C. S. (2016). O perigo da “argentinização” da transição política brasileira: uma visão sobre a Argentina no Brasil de 1984 e 1985. *Aletheia*, 7(13), 1-22.

Bonvillani, A.; Palermo, A.; Vázquez, M. y Vommaro, P. (2008). Del Cordobazo al kirchnerismo. Una lectura crítica acerca de los períodos, temáticas y perspectivas en los estudios sobre juventudes y participación política en la Argentina. En S. Alvarado, S. Borelli y P. Vommaro (Eds.), *Jóvenes, cultura*

- y política en América Latina: algunos trayectos de sus relaciones, experiencia y lecturas (1960-2000) (pp. 44-73). Buenos Aires-Rosario, Argentina: CLACSO-Homo Sapiens.
- Borba, F. (2017). Propaganda negativa: estratégia e voto nas eleições brasileiras. En F. Borba y A. Aldé (Orgs.), *Eleições, opinião pública e comunicação política no Brasil contemporâneo: homenagem a Marcus Figueiredo* (pp. 429-454). Rio de Janeiro, Brasil: EdUERJ.
- Borba, F. y Dutt-Ross, S. (2021). Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e a formação da opinião pública na eleição presidencial de 2018. *Opinião Pública*, 27(3), 851-877.
- Borrini, A. (2003). *Cómo se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Brader, T. (2005). Striking a Responsive Chord: How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to motions. *American Journal of Political Science*, 49(2), 388-405.
- Canelo, P. (2006). La descomposición del poder militar en la Argentina. Las Fuerzas Armadas durante las presidencias de Galtieri, Bignone y Alfonsín (1981-1987). En A. Pucciarlli (Ed.), *Los años de Alfonsín. ¿En poder de la democracia o la democracia al poder?* (pp. 65-114). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Chaves, M.; Faur, E. y Rodríguez, M. G. (2009). Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983- 2006. *Papeles de Trabajo*, 3(5), 1-111.
- Cheung, L.; Harker, D. y Harker, M. (2008). The State of the Art of Advertising from the Consumers' Perspective: A Generational Approach. *The Marketing Review*, 8(2), 125-146.
- Contrera, F.; Gregorio, P. C. y Lima, B. (2020). Interações estratégicas na eleição presidencial brasileira de 2018: Uma análise das redes configuradas no HGPE. *Confluências*, 22(3), 137-171.
- Crespo Martínez, I.; Mora Rodríguez, A.; Campillo Ortega, A. B. (Coords.) (2015). *Campañas, Presidencias y Liderazgos en América Latina*. Toluca de Lerdo, México: IAPEM/ALICE.
- Dias, M. R. (2013). Nas brumas do HGPE: A imagem partidária nas campanhas presidenciais brasileiras (1989 a 2010). *Opinião Pública*, 19(1), 198-219.
- Fair, H. (2014). Interpelaciones discursivas y estrategias enunciativas de Menem y Angeloz durante la campaña presidencial para las elecciones de 1989 en la Argentina. *De signos y sentidos*, 15, 71-95.
- García Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. *Polis*, 2(2), 81-111.
- Glaser, B. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis. Emergence vs. Forcing*. Mill Valley, Estados Unidos: Sociology Press.
- Gouvêa, G. N. (2014). *Imaginário social, mito e narrativas jornalísticas. As representações sobre mulheres políticas e militantes de esquerda na construção discursiva sobre a presidente Dilma Rousseff* (Tese de Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.
- Holtz-Bacha, C. y Just, M. R. (2017). *Routledge Handbook of Political Advertising*. New York, Estados Unidos: Routledge.
- Kaid, L. L.; Gobetz, R. H.; Garner, J.; Leland, C. M. y Scott, D. K. (1993). Television News and Presidential Campaigns. The Legitimization of Televised Political Advertising. *Social Science Quarterly*, 74(2), 274-285.
- Kinzo, M. A. G. (2001). A democratização brasileira. Um balanço do processo político desde a transição. *São Paulo em perspectiva*, 15(4), 3-12.
- Lechner, N. (1986). De la revolución a la democracia. *Revista Sociológica*, 1(2).
- Lenarduzzi, J. (2013). El auge de la "renovación política": reflexiones en torno a la producción de significantes vacíos en la democracia argentina (1983-2011). *Papeles de Trabajo*, 7(12), 123-145.
- Lesgart, C. (2003). *Usos de la Transición a la Democracia. Ensayo, ciencia y política en los años ochenta*. Rosario, Argentina: Homo Sapiens.
- Leyva, O. A. (Coord.) (2016). *El spot político en América Latina. Enfoques, métodos y perspectivas*. Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Linz, J. J. y Stepan, A. (1996). *Problems of Democratic Transition and Consolidation: Southern Europe, South America, and Post-Communist Europe*. Baltimore, Estados Unidos: Johns Hopkins University Press.
- Macedo, R. G. y Castilho, A. de (2016). Comunicación Política y Dinamismo de las Campañas

- Electoral Brasileñas. Spot y democracia para la competitividad estratégica y el éxito electoral. En O. A. Leyva (Coord.), *El spot político en América Latina. Enfoques, métodos y perspectivas* (pp. 169-191). Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Manin, B. (1992). Metamorfosis de la representación. En M. Dos Santos (Coord.), *¿Qué queda de la representación política?* (mimeo). Caracas, Venezuela: Nueva Sociedad.
- Mannheim, K. ([1928] 1993). El problema de las generaciones. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 62, 193-242.
- Mendizábal, N. (2006). Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En I. Vasilachis de Gialdino (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 65-105) Barcelona, España: Gedisa.
- Menezes, A. y Panke, L. (2020). Propaganda Eleitoral Gratuita: uma análise dos programas televisivos de Fernando Haddad e Jair Bolsonaro no segundo turno das eleições de 2018. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 8(18), 198-221.
- Montero, J. R. y Gunther, R. (2002). Los estudios sobre los partidos políticos: una revisión crítica. *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), 118, 9-38.
- Montero, S. (2020). La dimensión narrativa en el discurso político argentino. La campaña del «Frente de Todos» en redes sociales. *Pasajes*, 59, 53-59.
- Morlino, L. (1986). Consolidación democrática. Definición, modelos, hipótesis. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 35, 7-62.
- Neto, F. M. da R. (2007). *La profesionalización de las campañas electorales en Brasil (1989-2006)* (Tesis de Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos). Universidad de Salamanca, Salamanca, España.
- Norris, P. (2008). Tuned Out Voters? Media Impact on Campaign Learning. *Political Communication*, 1, 72-100.
- Novaro, M. y Palermo, V. (2003). *La dictadura militar. Del golpe de Estado a la restauración democrática*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- O'Donnell, G.; Schmitter, P. y Whitehead, L. (1988). *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Panke, L. (2011). Análise comparativa entre as campanhas eleitorais dos brasileiros D. Rousseff e L. I. Lula da Silva. *ComHumanitas*, 3(3), 39-47.
- Panke, L.; Iasulaitis, S. y Nebot, C. P. (2015). Género y Campañas Electorales en América Latina: un análisis del discurso femenino en la propaganda televisiva. *Razón y Palabra*, 91, 445-474.
- Panke, L.; Milla, D. y Amarante, E. (2020). A construção mítica musical nas candidaturas de Lula à Presidência da República. *Ação Midiática*, 19, 61-79.
- Pimentel, P. C. y Tesseroli, R. (2019). *O Brasil vai às urnas: as campanhas eleitorais para presidente na TV e internet/organizada*. Londrina, Brasil: Syntagma Editores.
- Pires, T. M. de C. C. (2011). A construção da imagem política de Dilma Rousseff como mãe do povo brasileiro. *Revista Debates*, 5(1), 139-162.
- Pousadela, I. (2007). Argentinos y brasileños frente a la representación política. En A. Grimson (Comp.), *Pasiones nacionales. Política y cultura en Brasil y Argentina* (pp. 125-188). Buenos Aires, Argentina: EDHASA.
- Provéndola, J. I. (2017). *Rockpolitik. 50 años del rock nacional y sus vínculos con el poder político argentino*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Quiroga, H. (1996). Esfera pública, política y ciudadanía: dilemas de la política democrática argentina. *Revista internacional de filosofía política*, 7, 141-158.
- Rocca Rivarola, D. y Bonazzi, M. (2017). El “otro” militante. Concepciones y prácticas militantes al interior del kirchnerismo y el macrismo. *POSTData, Revista de Reflexión y Análisis Político*, 22(2), 655-686.
- Rocca Rivarola, D. y Moscovich, N. (2018). Representación visual y simbólica de la militancia en las campañas electorales de Cristina F. de Kirchner (2007 y 2011) y Dilma Rousseff (2010 y 2014). *Opinião Pública*, 24(1), 144-177.
- Russo, J. (1990). Tipos de oposición y consolidación democrática: Argentina y Brasil. *Papers*, 35,

61-93.

Soneira, A. J. (2006). La teoría fundamentada en los datos de Glaser y Strauss. En I. Vasilachis de Gialdino (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 153-174). Barcelona, España: Gedisa.

Stepan, A. (1988). As prerrogativas militares nos regimes pós-autoritários: Brasil, Argentina, Uruguai e Espanha. En A. Stepan (Ed.), *Democratizando o Brasil* (pp. 521-62). Rio de Janeiro, Brasil: Paz e Terra.

Telles, H. de S. y Pires, T. M. de C. C. (8-10 de maio de 2013). Criador e criatura: Petismo e lulismo nas retóricas discursivas do HGPE de Dilma Rousseff. *5to Congresso de Compólitica*. Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política, Brasil.

Veiga, L. F. (2002). Em busca das razões para o voto: o uso que o eleitor faz da propaganda política. *Contracampo*, 7(0), 183-208.

Vommaro, G. (2006). Cuando el pasado es superado por el presente. Las lecciones presidenciales en 1983 y la construcción de un nuevo tiempo político en la Argentina. En A. Pucciarelli (Coord.), *Los años de Alfonsín ¿El poder de la democracia o la democracia del poder?* (pp. 245-288). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Vommaro, P. (2015). *Juventudes y políticas en la Argentina y en América Latina: tendencias, conflictos y desafíos*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Universitario.

Vommaro, P. y Cozachcow, A. (2018). Militancias juveniles en los 80: Acercamientos a las formas de participación juveniles en la transición democrática argentina. *Trabajo y Sociedad*, 30, 285-306.

Waisbord, S. (1993). A Sign of the Times: Television and Electoral Politics in Argentina, 1983-1989. *Kellogg Working Paper Series*, 190.

Yannuzzi, M. de los A. (1996). *Política y Dictadura*. Rosario, Argentina: Editorial Fundación Ross.

Zalce, D. Z. (2015). La importancia de la familia del candidato o candidata en las campañas electorales mexicanas. En I. C. Martínez, A. M. Rodríguez y A. B. C. Ortega (Coords.), *Campañas, Presidencias y Liderazgos en América Latina*. Toluca de Lerdo, México: IAPEM/ALICE.

Recibido: 14/01/2022. Aceptado: 01/08/2022.

Dolores Rocca Rivarola, "Juventudes y democracia: representaciones juveniles en la campaña electoral televisiva de 1989 (Brasil y Argentina)". Revista *Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 105-140.

Expresiones políticas de los capitalistas industriales ante el plan económico estatal de Martínez de Hoz (1976-1981)

Political Expressions of the Industrial Capitalists about the Economic Plan of Martínez de Hoz (1976-1981)

Verónica Baudino

Verónica Baudino es investigadora en el Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

E-mail: veronicabaudino@yahoo.com.ar

resumen

El objetivo de este trabajo es analizar cómo se expresaron políticamente los capitalistas industriales miembros de la Unión Industrial Argentina durante la última dictadura militar. Nos interesa indagar su posición frente a las principales medidas adoptadas durante la gestión de José Martínez de Hoz al mando del Ministerio de Economía. Especialmente, nos interesan aquellas que nos den pistas sobre la evaluación de los capitalistas en relación con el rol del Estado en la economía.

Nuestra metodología consiste en el análisis cualitativo y cuantitativo de documentos de la época (periódicos, fuentes institucionales, revistas especializadas). Partimos del estudio de las singularidades de la acumulación de capital y del Estado durante el período seleccionado. Analizamos las características de los capitalistas objeto de este trabajo, así como del espacio de acumulación en el que se desenvuelven, con el fin de dar cuenta de las principales determinaciones de la acción política de los sujetos en cuestión.

palabras clave

capitalistas industriales / dictadura militar / política / Argentina / Martínez de Hoz

summary

The objective of this paper is to analyze how the UIA's industrial capitalists expressed themselves during the last military dictatorship. We are interested in investigating his position regarding the main measures adopted during the administration of José Martínez de Hoz at the head of the Ministry of Economy. Especially those that give us clues about the evaluation of the capitalists on the role of the State in the economy.

Our methodology consists on the qualitative and quantitative analysis of documents (newspapers, institutional sources, specialized magazines). We start from the study of the singularities of the accumulation of capital and the State during the selected stage. We analyze the characteristics of the industrial capitalists, as well as the accumulation space in which they operate, in order to account for the main determinations of their political action.

keywords

industrial bourgeoisie / military dictatorship / politics / Argentina / Martínez de Hoz

Introducción

La dictadura militar iniciada el 24 de marzo de 1976, al mando de Jorge Videla, Emilio Massera y Orlando Agosti, constituyó un proyecto político económico orientado al restablecimiento de la acumulación de capital en una Argentina en crisis. Una de las variables para que los capitales alcanzaran nuevamente su tasa de ganancia fue el avance sobre las condiciones de vida y trabajo de la clase obrera, para lo cual se implementó un plan sistemático de desarticulación de las fuerzas sindicales y políticas que representaban a la clase trabajadora. La tortura y la desaparición de personas fueron las herramientas privilegiadas (Franco, 2011).

El llamado “terrorismo de Estado” se combinó con el plan económico liderado por el ministro de Economía José Martínez de Hoz, quien en su alocución del 2 de abril de 1976 expuso los lineamientos de la política que se vislumbraba como imprescindible para revertir la crisis: “eliminación del déficit fiscal e inflación, condena del Estado interventor, defensa de la empresa privada y del mecanismo de mercado como principio básico, orientador de la economía” (*Clarín*, 02/04/1976). El discurso refiere a la intención de dar paso a una redefinición del papel del Estado, guiado por el lema “achicar el Estado para agrandar la Nación”, interpretado en ciertos ámbitos como la resignación de capacidades estatales y la progresiva pérdida de su autonomía relativa (Castellani e Irmann, 2018).

El proceso llevado adelante fue caracterizado de distintas maneras por la literatura especializada. Mientras la perspectiva “liberal” ofrece una mirada de las políticas implementadas como la respuesta necesaria a la herencia del peronismo y el consecuente agotamiento del modelo de acumulación “intervencionista” (Llach y Gerchunoff, 2007), en las antípodas, la “desarrollista” o “populista” considera que se trató de una *revancha oligárquica*. El agotamiento del modelo anterior solo sería una excusa de la clase dominante para cooptar al Estado con el fin de implementar un nuevo patrón de acumulación de capital basado en la valorización financiera y la desindustrialización del país (Basualdo, E., 2006; Schvarzer, 1996; Pucciarelli, 2004).

El nuevo régimen de acumulación habría sido implementado por el personal político representante de la fracción de la burguesía más concentrada: la *oligarquía diversificada* (Azpiazu y Schorr, 2010; Rapoport, 2000; Castellani, 2010). Se habría tratado de la estrategia del sector de la clase capitalista especuladora/financiera contra la burguesía nacional, con el fin de liquidar la alianza entre esta última y la clase trabajadora, basada en un modelo de crecimiento progresivo.

Una serie de estudios han puesto en tensión las interpretaciones descriptas, al sostener que no hay razones para hablar de desindustrialización y cambio de modelo de acumulación. Proponen que se trataría de un momento en que el Estado propició la concentración y centralización del capital bajo las mismas formas de acumulación existentes (Grigera, 2011; López, 2006).

Un punto de vista menos difundido, guiado por los desarrollos de *El capital* (Marx, 2008), sostiene que, durante la última dictadura militar, el Estado no impulsó cambios en la forma de acumulación de capital. En cambio, se trataría de la necesidad de adecuación de sus rasgos a la drástica caída del recurso del que

depende el sostenimiento de la mayoría de los capitales que operan en Argentina: la renta de la tierra (Iñigo Carrera, 2007).

En este cuadro de situación, ¿cómo se expresaron los capitalistas industriales ante el intento de redefinición del papel del Estado impulsado por el plan de Martínez de Hoz? A diferencia de la prolífica obra acerca de las políticas estatales y las *performances* económicas del empresariado en el período que nos convoca, tal como señala Acuña (1990), poco se ha atendido a las manifestaciones políticas de uno de los principales sujetos.

Los trabajos sobre la dictadura se centran, en general, en los cambios en la estructura económica, las políticas públicas y otras determinaciones (Viguera, 1998). Entre las excepciones se encuentran los estudios de los *think tanks*: usinas de pensamiento financiadas por el capital para la elaboración de estrategias políticas y la articulación de su intervención como *lobby* (Heredia, 2004; Ramírez, 2007). También se ha avanzado en el intento por dilucidar las acciones políticas de los capitales individuales más concentrados frente al Estado (Schorr, 2013; Sanz Cerbino y Sartelli, 2019). La acción política de los capitales integrantes de la UIA fue analizada en relación con otros períodos históricos (De Ímaz, 1965; Cúneo, 1967; Freels, 1970; Acuña, 1996; Brennan y Rougier, 2013; Niosi, 1974; Dossi, 2009; Gaggero y Wainer, 2009; Beltrán, 2006; Coviello, 2014; O'Donnell, 1982), pero no ha sido el eje central de indagaciones sobre la dictadura militar de 1976.¹ Dada la importancia de la corporación empresarial en la historia argentina y la vacancia de estudios, creemos pertinente acercarnos a analizar su comportamiento. Para ello, consideraremos si se expresaron conformes con el nuevo plan económico o no, y cuáles fueron las determinaciones económicas de su accionar.

La estrategia política de la clase capitalista suele inferirse de su devenir económico, obviando la intervención política en la lucha de clases frente a la clase obrera y el Estado. Sin embargo, el estudio sistemático de la acción política de la clase capitalista es clave para dilucidar su potencia, su influencia en la política estatal y en el devenir de la acumulación de capital en Argentina. Nos permite pensar si, como clase social, logra impulsar un programa económico a imagen y semejanza, o si existe una distancia entre las demandas capitalistas y las políticas que el Estado implementa.

Nuestro objetivo es explorar las manifestaciones políticas ligadas a sus motivaciones económicas, en tanto se trata de personificaciones del capital (Marx, 2008). En este sentido, nos proponemos pensar la relación entre el tipo de demandas dirigidas al Estado (protección del mercado, racionalización del aparato estatal, tipo de cambio, tasas de interés) y las particularidades de la acumulación de capital de los capitalistas industriales radicados en Argentina, específicamente aquellos nucleados en la principal corporación empresarial, la UIA. Nos preguntamos si las solicitudes son homogéneas, y si las políticas desplegadas (apertura comercial, devaluación, congelamiento salarial, mantenimiento de estatidad de empresas públicas, toma de préstamos internacionales) implicaron o no nuevas formas de injerencia del Estado en la acumulación de capital.

Metodología

La pregunta formulada conlleva como metodología el análisis de información acerca de la UIA, sus agrupaciones internas –Movimiento de Unidad Nacional (MUI), Movimiento de Empresarios del Interior (MEDI), Movimiento Industrial Argentino (MIA)–, así como de las principales cámaras industriales integrantes de la entidad en el período histórico escogido (alimentación, automotriz, metalúrgica, siderúrgica, textil, papelería, química y electrónica). Trabajamos en la interpretación del discurso presente a partir de diferentes soportes lingüísticos: declaraciones públicas de los representantes de la entidad y sus cámaras, expresiones vertidas en el ámbito interno-institucional, así como información publicada en periódicos y en revistas especializadas en economía y política de la época. Asimismo, recabamos detalles de las políticas económicas implementadas, dado que nuestro interés es reconstruir qué opiniones han despertado entre los capitalistas industriales.

Nos servimos de la técnica de análisis documental de periódicos de circulación masiva (*Clarín*, *La Nación*, *La Opinión*, *Cronista Comercial*, *Somos*), en tanto constituyen el lugar privilegiado donde hallar información no disponible en las fuentes institucionales. No obstante, estas últimas, en caso de estar disponibles, son insoslayables. Por tal razón, consultamos las *Memorias y Balances* y el *Informe Industrial*. También se utilizó bibliografía especializada (Basualdo, V., 2006; Iñigo Carrera, 2007) y publicaciones oficiales-estatales (boletines oficiales).

Las fuentes han sido relevadas y se ha clasificado la información útil para nuestra investigación según temas y subtemas (características del Estado y régimen político, tipo de cambio, tasas de interés, aranceles y salarios). Se analizaron los principales enunciados del discurso empresarial y se los cotejó con otras fuentes accesibles a fin de asegurar su fiabilidad.

La estrategia de análisis parte de pensar el discurso político como acción y como expresión de relaciones sociales (Marx, 2008). Consideramos que la acción particular de los agentes voluntarios se encuentra definida por su ser social, por ser vendedores o compradores de fuerza de trabajo. En este sentido, la acción política de la UIA y de las cámaras industriales está determinada por garantizar la reproducción inmediata de sus capitales socios. Para tal fin, dirigen sus demandas al Estado nacional, representante del capital social, en cuanto fragmento del capital mundial (Iñigo Carrera, 2003). No obstante, esta determinación general no implica que no existan tensiones en el interior de la corporación, entre capitales con diferentes intereses particulares, más aún si consideramos la heterogeneidad en su composición social.

En el presente trabajo, hemos distinguido las demandas más relevantes y constantes de los capitalistas hacia el Estado, y hemos intentado explicar a cuáles ideas/necesidades más generales de la acumulación de capital respondieron. Es decir, cruzamos las demandas enunciadas con las particularidades de los capitales estudiados y exploramos qué necesidad de la acumulación del capital de los capitales individuales se expresó en su discurso.

Crisis del capital y políticas estatales

El momento histórico que nos interesa reconstruir se caracterizó por la caída de la tasa de ganancia, el avance del capital hacia nuevas formas de organización de la producción basadas en la robotización de la línea de montaje, que revolucionaron las condiciones de acumulación de capital, y la expansión de los mercados financieros a nivel mundial. En ese proceso se fragmentó a la clase obrera, por un lado, en una porción más calificada, capaz de avanzar en la computarización de los procesos productivos (científicos) y, por el otro, en un segmento descalificado, aquellos que operaban en la cadena de montaje en la producción de maquinarias.

Esta fragmentación de la clase obrera fue geográfica. Los sectores más calificados quedaron en los países históricamente centrales, mientras que las nuevas formas de producción permitieron la incorporación de porciones de la clase obrera con calificaciones reducidas. El capital relocaliza la producción en espacios nacionales de acuerdo con las cualidades de su clase obrera, en una búsqueda por abaratar la fuerza de trabajo. Primero se incorporó Japón, que llegó a desarrollar desde procesos con componente manual (textil) a electrónica. Sin embargo, cuando la clase obrera se encareció, el capital volvió a buscar nuevas fuentes de trabajo barato. Fue entonces que se expandió al resto del sudeste asiático. Así, la acumulación de capital asentada en la baratura de la fuerza de trabajo y en el crédito (que posibilita la realización de las mercancías y la renovación del ciclo) permitió la recuperación de la tasa de ganancia. No obstante, en general, cuanto más expande su producción para apropiarse la tasa de ganancia aumentada, más avanza en la superproducción general.

La sobreproducción generalizada de capital se manifiesta bajo la forma de una insuficiencia de la oferta de mercancías primarias. El petróleo y las mercancías agrarias cobraron protagonismo mediante la suba de precios, lo que ocasionó el alza espectacular de la renta de la tierra agraria en Argentina ocurrida en 1974, durante el tercer gobierno peronista. Poco tiempo después, el avance hacia la crisis de sobreproducción tomó la forma de un abrupto descenso de los precios de mercancías primarias y, con ello, de la renta de la tierra (Iñigo Carrera, 2007).

La caída de la renta de la tierra supone la crisis de los mecanismos de distribución/apropiación de la renta expandida de los años anteriores. Dado que el conjunto del capitalismo argentino se sostiene sobre la base de la distribución de la riqueza extraordinaria proveniente de la renta, significó una crisis económica y política profunda (junto a la caída de la renta, cayó la tasa de ganancia y la producción de valor). Debía ajustarse la economía a los bajos niveles de renta. La dictadura militar iniciada en 1976 asumió, así, el rol de adecuar la economía a los niveles necesarios para sobrepasar la crisis. Esto significaba eliminar capital obsoleto mediante un proceso de concentración y centralización, reducir salarios y aumentar la productividad del trabajo (Baudino y Mussi, 2015).

Con ese objetivo, por una parte se adoptó un plan político de clausura de las organizaciones políticas y sindicales, reforzada con la desaparición física de los militantes políticos de izquierda, su silenciamiento y/o exilio. Por otra parte, desde la gestión del Ministerio de Economía al mando de Martínez de Hoz se adoptó una

serie de medidas relativas a la apertura comercial, la reforma financiera, la desregulación de la inversión extranjera, el control del proceso inflacionario y el congelamiento salarial. A su vez, se incrementaron las tarifas y la presión tributaria e incrementaron sustancialmente las deudas contraídas con el FMI (Rapoport, 2005).

El plan repercutió en la adopción de ciertos rasgos de la forma de Estado liberal, frente a la forma intervencionista vigente hasta ese entonces (Jessop, 1990), aunque la persistencia del lugar de las empresas estatales y las diferentes formas de transferencias de riquezas del Estado a las clases sociales como parte central del entramado económico puso cierto límite a dicha caracterización.

Los capitalistas industriales y el Estado

Sujeto y representaciones políticas

Al momento del derrocamiento del gobierno de María Estela Martínez de Perón, la UIA se encontraba disuelta e integrada en la Confederación General Económica (CGE). Las entidades –históricamente rivales– se fusionaron en 1974, en pleno gobierno peronista y durante la gestión de José Ber Gelbard, dirigente de la CGE e impulsor del Pacto Social, al mando del Ministerio de Economía. Frente a la crisis política y económica, luego de la muerte de Juan Domingo Perón, los empresarios industriales exsocios de la UIA se reagruparon en las organizaciones MEDI, MUI y MIA. Estas organizaciones parecen ser fruto de la heterogeneidad social existente en la UIA desde años atrás, consistente en nuclear tanto a grandes como medianos y pequeños capitales industriales que operaban en el mercado nacional. Dicha multiplicidad se tradujo en tensiones políticas e incluso en la alianza con la CGE, alentada por las tendencias desarrollistas en el seno de la UIA (Baudino, 2012b).

El gobierno militar intervino la CGE, sus cámaras y federaciones, y al cabo de un año decidió su disolución, expropiando todos sus bienes. Además, dejó sin efecto la fusión en la CINA de la CGI-UIA. En contraposición a la suerte corrida por la CGE, se le devolvió la personería jurídica a la UIA y se restituyeron sus bienes, aunque su funcionamiento estuvo condicionado por la intervención militar, que se extendió hasta 1981.

De todos modos, la intervención no afectó a las agrupaciones internas, con las que los representantes del gobierno militar debían negociar permanentemente (Schvarzer, 1991).

Dado que recién en 1981 encontramos nuevamente a la UIA funcionando como entidad gremial, observaremos sus expresiones políticas, además, a través de sus líneas internas. Por esta razón, recorreremos en forma piramidal las demandas de los asociados: el punto de mayor representatividad, la UIA, las organizaciones internas y, en la base, las cámaras.

La composición social de la UIA conservaba su rasgo heterogéneo. Se nutría de dirigentes de empresas y cámaras industriales de diversos tamaños y orígenes. Las líneas internas que protagonizaron la escena desde 1975 expresaban, de algún modo dicha heterogeneidad, que, como mencionamos, llevaba largo tiempo vigente, y será la marca de la entidad a futuro (Dossi, 2012; Ostiguy, 1990).

Aunque no son muy cristalinas las razones que aglutinaban a cada sector, se observa que mientras el MIU y el MEDI convocaban a empresarios de diferentes regiones del interior del país, el MIA reunía cámaras de las principales ramas de la producción (automotrices, metalúrgicos, textiles) más allá de su pertenencia geográfica (Cuadro 1). La bibliografía, además, traza una diferencia programática entre las agrupaciones, e identifica al MIA con las corrientes liberales y exportadoras y relaciona a MEDI y MUI con el mercado-internismo (Dossi, 2012).

Cuadro 1. Líneas internas de la UIA. Aproximación a su composición

Organización	Composición
Movimiento de Unidad Nacional (MUI)	Unión Industrial de Tucumán, Federación Económica de la provincia de Buenos Aires, Unión Comercial e Industrial de Mendoza, Cámara de Comercio e Industria de Córdoba, Asociación Industriales Metalúrgicos de Rosario, Asociación de Industriales de Córdoba (ADIC)
Movimiento Empresario del Interior (MEDI)	Empresarios del noroeste argentino
Movimiento Industrial Argentino (MIA)	Asociación de Industriales Metalúrgicos (ADIM) Federación de Industrias Textiles Argentinas (FITA) Asociación de Fabricantes de Automotores (AD-EFA)

Fuente: Elaboración propia en base a *La Nación* (varios años), *La Opinión* (varios años) y Schwarzer (1991).

La UIA representaba a capitales de las ramas industriales más significativas: automotriz, metalúrgica, alimentación, siderurgia, textil, papel, química y electrónica. Todas ellas se encontraban agrupadas en cámaras que actuaban como expresión de los intereses sectoriales. Además de hablar a través de las cámaras industriales, muchos capitales individuales hicieron públicas sus opiniones políticas durante el período estudiado, razón por la cual los incluimos en nuestro universo de análisis (Cuadro 2).

Cuadro 2. Cámaras empresariales y capitales individuales según industria

Industria	Cámara/capital individual
Automotriz	Consejo Coordinador de la Industria de Autopartes ADEFSA
Metalúrgica	ADIMRA ADIM Rosario Vasalli S.A.
Alimentación	COPAL NOEL
Siderurgia	CIS CLIMA
Textil	FITA ADITA
Papel	Asociación de Fabricantes de Papel
Química	Cámara de Industrias de Procesos de la República Argentina
Electrónica	Cámara de Fabricantes de Aparatos Eléctricos y Mecánicos para el Hogar CADIE

Fuente: Elaboración propia en base a *La Nación* (varios años), *La Opinión* (varios años) y Schwarzer (1991).

Los sectores industriales mencionados gozaron, durante la última dictadura militar, de distintas fortunas. Con excepción de las industrias químicas, que crecieron un 8%, y las industrias metálicas básicas, todas las demás ramas mostraron saldos negativos. Desde el -6,1% de la industria de la alimentación hasta los textiles, con una pérdida del -29%, las industrias nucleadas en la entidad tuvieron *performances* tendientes a la baja.

En términos de posición de los capitales en el mercado, la composición social de sus socios estaba caracterizada por convocar a un grupo minoritario de los capitales más concentrados del ámbito nacional, en alianza con un vasto sector conformado por capitales chicos. Es en este ámbito que vemos las disputas entre capitales que compiten por el mercado interno. Sin embargo, si se adopta una mirada internacional –vital para comprender una realidad que excede las fronteras nacionales–, la falta de competitividad del conjunto de los capitales dirigentes de la entidad los unifica como pequeños capitales (Baudino, 2012a) y permite pensar la recurrente necesidad de políticas de protección y transferencia estatal, como expondremos a continuación.

Cuadro 3. Evolución del sector industrial por rama de actividad
(en millones de pesos de 1970)

Industria	175	176	177	178	179	980	181	182	183	Variación 1975/1983
Alimentación, bebidas y tabaco	5.238	5.210	5.135	5.000	5.262	5.359	5.148	4.675	4.918	-6,1
Textiles	3.105	2.936	3.045	2.613	2.896	2.460	1.965	1.945	2.188	-29,5
Industria de la madera	489	400	419	414	460	446	388	329	315	-35,5
Papel, imprentas y editorial	1.425	1.248	1.249	1.289	1.312	1.224	1.002	1.057	1.131	-20,6
Industrias químicas	3.388	3.445	3.496	3.218	3.615	3.649	3.380	3.337	3.678	8,6
Industrias minerales no metálicas	1.345	1.298	1.281	1.286	1377	1.329	1.095	9.94	1.110	-17,5
Industrias metálicas básicas	1.294	1.170	1.344	1.270	1.486	1.368	1.191	1.338	1.425	10,1
Maquinarias y equipos	6.851	6.726	8.220	6.552	7.438	7.107	5.107	4.689	5.587	-18,4
Otras	1.717	1.664	1.794	1.606	1.769	1.702	1.430	1.362	1.509	-12,1
Total industrias manufactureras	24.853	24.099	25.982	23.248	25.616	24.644	20.706	19.726	21.859	-12

Fuente: Rapoport (2000: 685).

La acción de los capitalistas en relación con el Estado

Los socios de la UIA vertieron sus primeras impresiones de las medidas estatales adoptadas través de sus líneas internas (MUI, MIA y MEDI). En términos generales, acordaban con el diagnóstico de los problemas económicos y políticos, así como con los principales lineamientos del plan. El MUI, en su declaración individual de 1976, y en la realizada junto al MEDI en 1977, enfatizaba los inconvenientes ocasionados por la existencia de un “Estado sobredimensionado” que ocasionaba gastos fiscales excesivos, tanto en la administración como en las empresas estatales. El MIA se rehusó a firmar las solicitadas de sus pares de la UIA, quizás para preservar las buenas relaciones con el ministro Martínez de Hoz cuando aún la situación política y económica habilitaba ciertas esperanzas en el plan. No obstante, enunció opiniones similares respecto de la cuestión del aparato estatal en la voz de su presidente, Edmundo Paul.

Las corrientes internas identificaban también problemas derivados de la alta inflación (444% respecto del año anterior)², la caída de las ventas y las elevadas tasas de interés. Estos indicadores se mantuvieron en valores similares durante

los primeros años de la gestión de Martínez de Hoz, a los que se suman las consecuencias de la apertura del comercio exterior, sobre la que se expidieron en varias oportunidades.

Pese a las coincidencias existentes entre las declaraciones de los distintos sectores, aparecen algunas pistas acerca de diferentes ponderaciones del rol estatal. Mientras el MEDI reclamaba una mayor protección en materia arancelaria, el MIA abogaba en sus declaraciones por la disminución de la intervención estatal en la economía (Cuadro 4). Sus impresiones iban a tono con ciertos miembros del equipo ministerial, como Álvaro Alzogaray, y del empresariado, como el Consejo Empresario Argentino, quienes acusaban al excesivo intervencionismo estatal de ser el causal del déficit y la inflación (Canelo, 2008).

Recién en 1981, la UIA, ya restituida plenamente a sus socios, sancionó la política económica implementada: “La conjunción del fuerte retraso que se impuso al tipo de cambio con la rebaja de la protección arancelaria y el encarecimiento del crédito determinaron un quebranto masivo de los establecimientos fabriles argentinos” (UIA, 1981).

La crítica coyuntura política y económica parecía haber acicateado la urgencia de pronunciarse en disidencia desde la institución. A partir 1980, vieron la luz con más fuerza las tensiones entre las fracciones castrenses, debido a la inminente sucesión presidencial. Sectores militares expusieron sus desacuerdos con el plan económico de Martínez de Hoz, que ya había mostrado sus efectos en la concentración de la estructura industrial, el retraso cambiario y las altas tasas de interés.

El cambio de marcha de la economía mundial en 1980 agudizó las dificultades económicas internas. El incremento de las tasas de interés afectó la disponibilidad de crédito internacional, en un momento de alta dependencia. El cierre del Banco de Intercambio Regional (BIR), que afectó los depósitos de miles de pequeños y medianos ahorristas y ocasionó la fuga de depósitos, así como la posterior devaluación del peso del 10%, terminaron de sellar la suerte del plan Martínez de Hoz (Rapoport, 2005).

Al mismo tiempo que observamos las ponderaciones generales sobre el plan económico puesto en marcha, distinguimos apreciaciones en relación con aspectos puntuales sobre los que nos interesa detenernos. Las consideraciones acerca del tipo de cambio y los aranceles estuvieron presentes desde 1976 en las declaraciones tanto del MUI (Cuadro 4) como de varias de las cámaras industriales analizadas. Como señalamos, en 1976 se implementaron políticas de apertura comercial al exterior. En 1979, se consideró la reducción de los aranceles aduaneros como estrategia para frenar el aumento de la inflación, y se estableció un cronograma descendente. Un año después, se terminaron por eliminar los aranceles de los bienes no producidos en el país y se pautó una escala de impuestos para aquellos bienes importados que compitieran con los nacionales de un máximo del 55%.

ADIMRA (metalurgia), que en un principio declaró que “la industria estaba dispuesta al sacrificio y patriótica colaboración que era indispensable ofrecer para salir del marasmo y afrontó sin titubear la agudización del proceso recesivo que venía de arrastre” (M. y B. de ADIMRA, 1977), demandó al Estado que detuviera

Cuadro 4. Declaraciones de la UIA y sus líneas internas sobre la política económica de la dictadura militar

Organización	Posición política
UIA	El retraimiento general de la economía, y en especial de la industria, continúa la tendencia vigente y agudizada por las políticas de 1978. “La conjunción del fuerte retraso que se impuso al tipo de cambio con la rebaja de la protección arancelaria y el encarecimiento del crédito determinaron un quebranto masivo de los establecimientos fabriles argentinos” (Memoria y Balance de la UIA, 1981).
MUI	<p>“Las Fuerzas Armadas debían llenar el vacío de poder con el fin de que se abriera la única posibilidad de que el país volviera a su cauce histórico.”</p> <ul style="list-style-type: none"> -Persistencia de inflación con recesión -Caída de ventas por disminución salarial -Gasto público excesivo (administración central y empresas estatales) -Altas tasas de interés de crédito -Derogación de la Ley de Promoción Industrial, dado que privilegia a las empresas radicadas en la zona metropolitana (ADIC, <i>La Nación</i>, 04/07/1976).
MEDI	<p>Declaración conjunta MEDI y MUI (<i>LN</i>, 10/04/1977):</p> <p>“Grave situación por la que atraviesa el sector industrial, como consecuencia de la disminución del consumo, los altos costos de los insumos y la presión fiscal derivada del mantenimiento de un Estado sobredimensionado e ineficiente, cuyo creciente peso se advierte en el Presupuesto de 1978.”</p> <p>“Preocupación del sector por la desprotección arancelaria y otros proyectos girados a la Comisión de Asesoramiento Legislativo (CAL), de impacto peligroso en el mantenimiento y el desarrollo de la industria nacional, especialmente de la pequeña y mediana empresa” (Declaración MUI, <i>La Opinión</i>, 05/04/1978).</p>
MIA	<ul style="list-style-type: none"> -Coincidencia con Martínez de Hoz en que la demanda debe reactivarse por una mayor productividad del conjunto de la economía, fundada en una mayor producción agropecuaria y mayores inversiones. -Necesidad de reducción de la participación del Estado en la economía. Orientación de gastos en infraestructura e inversión privada y no en gastos. -Reivindica la fusión con la CGE en 1974. <p>(Entrevista a Edmundo Paul, de Celulosa Argentina, presidente de MIA.)</p>

Fuente: Elaboración propia en base a *La Nación* (varios años), *La Opinión* (varios años) y Schwarzer (1991).

la progresiva sustitución del plan “Compre Argentino” por importaciones de insumos para proveer a las empresas estatales (M. y B. de ADIMRA, 1979). La misma preocupación por la apertura de las importaciones expresaron los industriales textiles y electrónicos: “Una política arancelaria como instrumento de la política de precios implica enfrentar al aparato productivo a condiciones de competencia que no puede tolerar” (*La Opinión económica*, 17/07/1977; ADITA).

En la misma tónica, ADEFA propuso la integración nacional de la industria automotriz, que incluyera las autopartes, el cierre a las importaciones y la implementación de un sistema de listas positivas en las que se explicitaran los términos de acceso a los mercados internos. Mientras tanto, la Cámara de Industriales Siderúrgicos (CIS), aunque también esperaba que se cumpliera el “Compre Argentino”, pretendía que se redujeran los aranceles a las importaciones de insumos, bienes de capital y partes (Cuadro 5).

En una línea un poco más acorde con las nuevas políticas económicas, COPAL proponía un régimen orientado a las exportaciones, que estandarizara las protecciones arancelarias dispersas y así redundara en la “racionalización” de la provisión de insumos necesarios para la producción industrial.

Esta contradicción entre cámaras/industrias expresa algo usual: la solicitud de que se proteja la industria propia y se libere la importación de componentes que abaraten los costos de producción.

Cuadro 5. Declaraciones de cámaras industriales y capitales individuales sobre la apertura del mercado externo

Industria	Declaraciones acerca de la liberalización de las importaciones
Automotriz	<p>Cuestionamiento de la apertura como el criterio de redimensionamiento. Argumentan que la industria final tiene incidencia relativa en la formación de precios. Por eso, apuntan a los costos de sus proveedores como factor importante en la formación de precios (ADEFA).</p> <p>“La única garantía que tiene la industria local de autopartes es la integración nacional, la imposibilidad de importación y el sistema de listas positivas” (Consejo Coordinador de la Industria de Autopartes, Informe industrial, 03/1977).</p>
Metalurgia	<p>Preocupación por la importación de grúas, autos elevadores y trilladoras. Controversia entre fabricantes de varistores y compradores que pretendían importarlos.</p> <p>“La apertura externa, que intensificó las importaciones sustitutivas de la producción nacional, se hizo notar en gran medida en los requerimientos de las empresas del Estado que utilizan el régimen del Compre Argentino” (M. y B. de ADIMRA, 1979).</p>

Alimentación	<p>Propuesta de perfil industrial volcado a la exportación. Racionalización de los insumos para la industria; indemnización para las empresas amparadas por regímenes de protección específicos, afectadas por las nuevas medidas; orientarse a la autorregulación empresarial.</p> <p>Establecimiento de un arancel de importación único y parejo del 25% alcanzable en un período de tres años, que acerque las protecciones dispersas en tramos semestrales y consecutivos (COPAL).</p>
Siderurgia	<p>Mejorar ley <i>antidumping</i>, mantener régimen de protección y licencias previas. Desgravación o diferimientos impositivos. Exención impositiva para importar bienes de capital. Insumos y partes (Informe Industrial, 08/1978).</p> <p>Solicitud de aumento en 15 puntos de los derechos aduaneros. Aplicación del Compre Nacional (no exenciones para importaciones de bienes producidos en el país) para material que abastezca contratos estatales.</p> <p>Continuidad de los beneficios impositivos a la siderurgia. Corrección de la paridad cambiaria (II, 06/1980; CIS).</p>
Textil	<p>La libertad de comercio desde 1976 “fue un procedimiento veloz que enfrentó a la industria textil con la competencia internacional sin el apoyo estatal presente hasta ese momento”. “La falta de nuevas inversiones, de modernización tecnológica durante el período 1973-1975 provoca que la industria textil no se halle en condiciones de enfrentar en forma solvente este mercado con nuevas reglas de juego” (Redacción, 12/01/1978; FITA).</p> <p>“Una política arancelaria como instrumento de la política de precios implica enfrentar al aparato productivo a condiciones de competencia que no puede tolerar” (<i>La Opinión económica</i>, 17/07/1977; ADITA).</p>
Electrónica	<p>Preocupación por rebajas arancelarias y levantamiento de suspensión de importaciones (Cámara de Fabricantes de Aparatos Eléctricos y Mecánicos para el Hogar).</p>

Fuente: Elaboración propia en base a publicaciones citadas.

En materia salarial, observamos también posiciones encontradas, aunque se trató de declaraciones puntuales ante la posibilidad de otorgar aumentos luego de una brusca caída del salario real (30%) por la que ningún capitalista se mostró disconforme. Noel, capital de la rama de la alimentación, sostuvo que “sería lamentable desperdiciar el esfuerzo realizado propiciando aumentos salariales que se aparten de un plan orgánico cuyos primeros resultados están comenzando a vislumbrarse”, en coincidencia con la Cámara de Industriales de Artefactos para el Hogar (*La Nación*, 22/08/1976). En oposición, la empresa metalúrgica Vasalli S. A. solicitó a Videla el aumento de los salarios.

La necesidad de achicar un Estado sobredimensionado vuelve a aparecer en varias oportunidades. Las agrupaciones internas MUI y MEDI, como mencionamos, expresaron la urgencia de la reducción del gasto público, especialmente en administración y empresas estatales (*La Nación*, 10/04/1977). En una línea similar, la COPAL (alimentación) solicitó la racionalización de la administración estatal (Informe Industrial, 01/1979). Una revisión de la cuestión fiscal da cuenta de cuán lejos estuvo el régimen militar de cumplir con las demandas de achicamiento del Estado por parte de los capitalistas y el propio Martínez de Hoz.³

El CIS (Centro de Industriales Siderúrgicos, dirigido por ACINDAR) y CLIMA (Centro de Laminadores Industriales Metalúrgicos Argentinos) protagonizaron un enfrentamiento sobre el carácter estatal o la privatización de SOMISA (empresa siderúrgica bajo la órbita del Estado). El conflicto ilustra muy bien las necesidades de acumulación de capitales individuales distintos y sus contradicciones.

El CIS sostenía que las empresas estatales debían retraer su protagonismo excesivo en la industria siderúrgica y dejar paso a la empresa privada, en una clara disputa por el mercado en un momento en que integró su producción y comenzó a competir directamente con SOMISA. Por el contrario, los industriales metalúrgicos de CLIMA defendían el “derecho” del Estado de abastecer insumos (palanquilla) al mercado a través de SOMISA. Mientras CIS pretendía quedarse con el mercado interno de insumos siderúrgicos, los metalúrgicos procuraban continuar beneficiándose de los bienes subsidiados que compraban al Estado (Baudino y Mussi, 2015).

Así, pese a la acción de un sector de los capitales de la rama partidarios de la privatización de los capitales estatales, este proceso no se concretó durante la dictadura. La competencia económica y política entre capitales exige una fuerza capaz de organizar sus intereses colectivos y limitar los daños que pudieran ocurrir por la búsqueda unilateral de un único conjunto de intereses capitalistas (Jessop, 1990). En este sentido, el Estado mantuvo a SOMISA en actividad, ya que cumplía la función de compensar la baja productividad del capital en Argentina. Como parte del capital social nacional, actuaba para permitir la reproducción de capitales individuales que no podían adecuarse por sí mismos a los requerimientos de la rama a escala internacional. SOMISA logró expandir el mercado interno de productos siderúrgicos debido, en parte, al carácter estatal de su propiedad. Favorecía a la industria nacional mediante la transferencia de riqueza, al vender por debajo de su precio de producción. La ganancia contenida en las mercancías no la realizaba, y se las apropiaba el capital industrial que consumía los productos (Mussi, 2014).

Cuadro 6. Declaraciones de cámaras industriales y capitales individuales sobre el redimensionamiento del Estado

Industria	Declaraciones acerca del redimensionamiento del Estado
Metalurgia	Altos costos de SOMISA. Necesidad de implantación de régimen crediticio de evolución y reequipamiento; reestructuración de cargas fiscales que graven la expansión industrial; reordenamiento en materia previsional del sistema “más caro del mundo” (Enrique Tanzi, ADIM Rosario, <i>Cronista Comercial</i> , 03/09/1976).
Alimentación	Papel del Estado: racionalización de la administración pública. (COPAL, Informe industrial, 01/1979)
Siderurgia	Participación excesiva del Estado en la siderurgia. Hay que dejar lugar a los privados. Por los menos el campo de los productos no planos, y de los planos buscar asociaciones entre privados y el Estado (CIS, <i>El Economista</i> , 02/09/1977).
	Defensa del derecho de SOMISA de abastecer de palanquilla al mercado, porque de lo contrario la competencia se debilitaría seriamente (CLIMA, <i>La Prensa</i> , 15/07/1981).
Papel	Privatización de empresas estatizadas, desgravaciones impositivas. Derogación del Bono de Inversión de Comercio Exterior (Asociación de Fabricantes de Papel, <i>La Nación</i> , 23/07/1976).

Fuente: Elaboración propia en base a publicaciones citadas.

En suma, las demandas de los capitales de la UIA al Estado se relacionaron con la obtención de protección del mercado interno, la posibilidad de comprar insumos a precio subsidiado (por la vía de exenciones impositivas o mercancías de empresas estatales a precios inferiores a los del mercado), a la vez que se reclamaba la racionalización del aparato del Estado. La heterogeneidad en la composición social se tradujo en tensiones respecto de la privatización de empresas estatales como

SOMISA. Sin embargo, al tratarse en su gran mayoría de capitales débiles frente a la competencia extranjera, todos requerían de protección y transferencias estatales para poder reproducirse, al igual que en períodos históricos anteriores (Baudino, 2012b). La ausencia de declaraciones en contra de la caída de los salarios reales y, luego, en varios casos, también de aumentos salariales, responde a la necesidad de reducir costos para recuperar una tasa de ganancia en decadencia.

Conclusiones

El objetivo del presente trabajo fue dar cuenta de la acción política del capital industrial representado en la UIA durante la última dictadura militar, específicamente ante el momento de la implementación del plan económico dirigido por Martínez de Hoz. En nuestro análisis, pudimos observar posturas algunas veces unívocas y otras encontradas entre los actores estudiados. Detectamos críticas a la apertura económica, al retraso cambiario, al aumento salarial y al crédito inaccesible. También, hallamos la solicitud de racionalización del aparato estatal pero, a la vez, de la preservación de empresas estatales como SOMISA y la continuidad del programa “Compre Argentino”, en el que el Estado debía privilegiar proveedores nacionales antes que extranjeros.

El aporte del trabajo consiste en la reconstrucción en detalle de las posiciones políticas de los industriales que han sido señalados como el “poder fáctico” de la última dictadura militar. La mayoría de las veces, se ha procedido a realizar generalizaciones según los resultados económicos de la época. Sin embargo, la indagación pormenorizada pone en evidencia una distancia entre las demandas de los capitalistas nucleados en la UIA y las políticas estatales implementadas.

De hecho, mientras se procedía a flexibilizar el ingreso de mercancías importadas, los capitalistas industriales más comprometidos con el mercado interno insistían en sus históricos reclamos de protección y transferencia al Estado. La debilidad de la gran mayoría frente a la competencia extranjera explica que no haya habido una comunión con estos puntos del plan económico. Esto también permite pensar que el plan aperturista de la dictadura no tenía como fin primordial beneficiar a un sector particular de la burguesía, sino garantizar la reproducción del capital social, es decir, del capital en su conjunto, como relación social, más allá de que muchos capitalistas no se vieran favorecidos.

El punto anterior se refuerza si pensamos que las intenciones iniciales de achicamiento estatal por la vía de las privatizaciones fueron dadas por tierra aun a costa de “desilusionar” capitales de la talla de Techint.

La disonancia existente entre la política económica de Martínez de Hoz y las demandas de los capitalistas industriales estudiados echa luz, además, sobre los límites de su acción política e influencia en el Estado.

Referencias

1. Con excepción de Schvarzer (1991), a quien haremos referencia en más de una ocasión a lo largo del presente trabajo.

2. Rapoport (2005: 651).

3. Rapoport (2005) señala un incremento del 13% del PBI del peso del gasto público entre 1975 y 1981. Se registra el crecimiento en armamento, aspectos financieros y ciertas obras públicas, mientras que se observa un decrecimiento en salud, educación y salarios estatales.

Bibliografía

Acuña, C. H. (1990). Intereses empresarios, dictadura y democracia en la Argentina actual. O, sobre por qué la burguesía abandona estrategias autoritarias y opta por la estabilidad democrática. *Documentos Cedés*, 39.

Acuña, C. H. (1996). Las contradicciones de la burguesía en el centro de la lucha entre el autoritarismo y la democracia (1955-1983). *Realidad Económica*, 138, 18-48.

Azpiazu, D. y Schorr, M. (2010). *Hecho en Argentina. Industria y Economía 1976-2007*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Basualdo, E. (2006). *Estudios de Historia Económica Argentina. Desde mediados del Siglo XX a la actualidad*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Basualdo, V. (2006). *Complicidad patronal-militar en la última dictadura argentina: los casos de Acindar, Astarsa, Dálmene Siderca, Ford, Ledesma y Mercedes Benz*. Buenos Aires, Argentina: CEFS-FETIA.

Baudino, V. (2012). La burguesía nacional argentina en la crisis orgánica (1966-1976). Composición social y programa político. *Antítesis*, 10, 14-29.

Baudino, V. (2012). *La estrategia de la UIA 1966-1976*. (Tesis doctoral.) Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

Baudino, V. (2018). Alianzas y rupturas políticas entre capitalistas e industriales durante el tercer gobierno peronista (1973-1976). *Izquierdas*, 40, 82-100.

Baudino, V. y Mussi, E. (2015). Acción política y acumulación de capital en la industria siderúrgica argentina (1976-1983). *VIII Jornadas de Economía Crítica*. Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto, Argentina.

Beltrán, G. (2006). Acción empresaria e ideología. La génesis de las reformas estructurales. En A. Pucciarelli (Coord.), *Los años de Alfonsín. ¿El poder de la democracia o la democracia del poder?* (pp. 199-243). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Brennan, J. y Rougier, M. (2013). *Perón y la burguesía argentina. El proyecto de un capitalismo nacional y sus límites (1946-1976)*. Buenos Aires, Argentina: Lenguaje Claro.

Canelo, P. (2008). *El Proceso en su laberinto: la interna militar de Videla a Bignone*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Castellani, A. (2010). *Estado, empresas y empresarios. La construcción de ámbitos privilegiados de acumulación entre 1966 y 1989*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Castellani, A. e Iramain, L. D. (2018). El deterioro del Estado empresario: transformaciones estructurales y desempeño de las empresas públicas argentinas (1976-1983). *América Latina en la historia económica*, 25(2), 239-271.

Coviello, R. (2014). El posicionamiento de la Unión Industrial Argentina durante el conflicto agropecuario de 2008. *Realidad Económica*, 282, 125-151.

Cúneo, D. (1967). *Comportamiento y crisis de la clase empresaria*. Buenos Aires, Argentina: Pleamar.

De Ímaz, J. (1965). *Los que mandan*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Dossi, M. V. (2009). La acción colectiva de la Unión Industrial Argentina en el periodo 1989-2002. Un análisis desde su dinámica organizativa-institucional. *Documentos de Investigación Social*, 10. Universidad Nacional de General San Martín, Argentina.

Dossi, M. V. (2012). La Unión Industrial Argentina: su organización y vinculaciones con el mundo de las corporaciones empresarias. *Documentos de Investigación Social*, 19. Universidad Nacional de General San Martín, Argentina.

Franco, M. (2011). En busca del eslabón perdido: reflexiones sobre la represión estatal de la última dictadura militar. *Estudios*, 25, 31-45.

Freels, J. (1970). *El sector industrial en la política nacional*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

- Gaggero, A. y Wainer, A. (2009). Burguesía nacional-Crisis de la convertibilidad: el rol de la UIA y su estrategia para el (tipo de) cambio. *Realidad Económica*, 204, 14-41.
- Gerchunoff, P. y Llach, L. (2007). *El ciclo de la ilusión y el desencanto: un siglo de políticas económicas argentinas*. Buenos Aires, Argentina: Emecé.
- Grigera, J. (2011). La desindustrialización en Argentina. ¿Agresión a la manufactura o reestructuración capitalista? En A. Bonnet (Comp.), *El país invisible* (pp. 81-101). Buenos Aires, Argentina: Continente.
- Heredia, M. (2004). El proceso como bisagra. Emergencia y consolidación del liberalismo tecnocrático: FIEL, FM y CEMA. En A. Pucciarelli (Coord.), *Empresarios, tecnócratas y militares. La trama corporativa de la última dictadura* (pp. 313-382). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Iñigo Carrera, J. (2003). *El capital: razón histórica, sujeto revolucionario y conciencia*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Cooperativas.
- Iñigo Carrera, J. (2007). *La formación económica de la sociedad argentina*. Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Jessop, B. (1990). *State Theory: Putting the Capitalist State in its Place*. Pennsylvania, Estados Unidos: Penn State Press.
- López, A. (2006). *Empresarios, instituciones y desarrollo económico: el caso argentino* (N° E10/47). CEPAL, Oficina en Buenos Aires (Argentina). [Edición electrónica].
- Marx, K. (2008). *El capital*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Mussi, E. (2014). El doble carácter de la Sociedad Mixta de Siderurgia Argentina (SOMISA). Los límites competitivos del desarrollo a nivel nacional (1961-1978). *IV Jornadas Internacionales de Investigación y Debate político*. Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires y CEICS. Buenos Aires, Argentina.
- Niosi, J. (1974). *Los empresarios y el estado argentino, 1955-1969*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- O'Donnell, G. (1982). *El Estado burocrático-autoritario. Triunfos, derrotas y crisis*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Belgrano.
- Ostiguy, P. (1990). *Los capitanes de la industria: grandes empresarios, política y economía en la Argentina de los años 80*. Buenos Aires, Argentina: Legasa
- Pucciarelli, A. (Ed.) (2004). *Empresarios, tecnócratas y militares: la trama corporativa de la última dictadura*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Ramírez, Hernán (2007). *Corporaciones en el poder: institutos económicos y acción política en Brasil y Argentina: IPES, FIEL y Fundación Mediterránea*. Buenos Aires, Argentina: Lenguaje Claro Editora.
- Rapoport, M. (2000). *Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2000)*. Buenos Aires, Argentina: Machi.
- Rapoport, M. (2005). *Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2000)*. Buenos Aires, Argentina: Ariel.
- Sanz Cerbino, G. y Sartelli, H. (2019). Martínez de Hoz: ¿neoliberal o desarrollista? La clase dominante argentina frente al programa económico implementado durante la última dictadura argentina, 1976-1981. *Revista de Economía del Caribe*, 22, 45-66.
- Schorr, M. (2013). El poder económico industrial como promotor y beneficiario del proyecto refundacional de la Argentina (1976-1983). En H. Verbitsky y J. P. Bohoslavsky (Eds.), *Cuentas pendientes: Los cómplices económicos de la dictadura* (pp. 275-298). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Schvarzer, J. (1991). *Empresarios del pasado. La Unión Industrial Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi
- Schvarzer, J. (1996). *La industria que supimos conseguir*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Unión Industrial Argentina (1981). *Memoria y Balance*. Buenos Aires, Argentina.
- Viguera, A. (1998). Estado, empresarios y reformas económicas: en busca de una perspectiva analítica integradora. *Perfiles Latinoamericanos*, 12, 9-51.

Fuentes primarias

Clarín, varios años

Cronista Comercial, varios años
El economista, varios años
Informe Industrial, varios años
La Nación, varios años
La Opinión, varios años
La prensa, varios años
Memorias y Balances de ADIMRA, varios años
Somos, varios años

Recibido: 14/02/2022. Aceptado: 23/08/2022.

Verónica Baudino, "Expresiones políticas de los capitalistas industriales ante el plan económico estatal de Martínez de Hoz (1976-1981)". Revista *Temas y Debates*. ISSN 1666-0714, año 27, número 45, enero-junio 2023, pp. 143-161.

Libro: **Lo político y la derrota. Un contrapunto entre Antonio Gramsci y Carl Schmitt**

Ricardo Laleff Ilieff

Madrid, Guillermo Escolar Editor, 2020 (217 pp.)

Andrés Funes

Centro de Estudios Sociopolíticos, Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín y del Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

E-mail: funes.andres.n@gmail.com

El 5 de marzo de 2006, se llevó a cabo la 78^o entrega de los premios Oscar en el teatro Kodak de Los Ángeles, California, Estados Unidos. Si bien los galardones se otorgaron sin mayores sorpresas, con el anuncio de Mejor Película la estupefacción fue mayúscula. *Brokeback Mountain* (Ang Lee), favorita del público especializado, era derrotada por *Crash* (Paul Haggis). Tras conocerse el nombre de la película ganadora, la sorpresa dio paso a tibios aplausos y algunos abucheos. La incredulidad de su director, actores y actrices no carecía de fundamento. El film había sido duramente criticado por sus diálogos artificiales, su guion caótico, su montaje deficiente y el tono moralizante a través del cual se retrataba la violencia, el racismo y la xenofobia en los suburbios angelinos a comienzos del presente siglo. En pocas palabras, la película relata un conjunto de historias interconectadas en la que las acciones de diversos personajes —muchos de ellos estereotipos de blancos, afroamericanos, latinos y árabes— confluyen conflictivamente en el marco de un día y medio. El film buscó retratar la suerte de “choque” entre personas que significa la vida moderna en la ciudad, sobre todo en una tan desigual y racialmente estratificada como Los Ángeles. Más allá de sus loables intenciones, las perspectivas encarnadas por los protagonistas devienen versiones altamente singularizadas, donde el conflicto aparece investido moralmente de manera negativa. Una disputa entendida de este modo impide todo tipo de comunicación entre los personajes. Sin embargo, si se le pudiera quitar el velo moralizante, y se aceptara, antes bien, que la lucha por los valores constituye una dimensión imposible de erradicar de la vida social, otro sería el cantar, como se dice habitualmente. La cuestión está, en definitiva, en cómo poder procesar el conflicto y las disputas (políticas) para hacerlas convivir con sociedades democráticas, plurales e inclusivas.

La atención a las particularidades, a la “dimensión polifónica” (p. 19) del pensamiento de Carl Schmitt y de Antonio Gramsci, sin obviar por ello el aspecto de “competencia”, de “resultado” y “jerarquía”, de “enfrentamiento histórico capital” (p. 20) de sus aparatos teórico-conceptuales, constituye lo fundamental del contrapunto entre el pensamiento schmittiano y gramsciano al que nos invita *Lo político y la derrota*. Su autor, Ricardo Laleff Ilieff, es doctor en Ciencias Sociales (UBA),

investigador del Instituto de Investigaciones Gino Germani y del CONICET, y docente en la asignatura Teoría Política y Social I de la Carrera de Ciencia Política (FSOC-UBA). Asimismo, se desempeña actualmente como secretario Académico de la Maestría en Teoría Política y Social (UBA). Además del libro aquí reseñado, recientemente editó *Poderes de la abyección. Política y ontología lacaniana I* (2023, Miño y Dávila).

En *Lo político y la derrota*, Laleff Ilieff se monta argumentalmente sobre su tesis doctoral, *Herederos de 1848. Un contrapunto teórico-político entre el pensamiento político de entreguerras de Antonio Gramsci y Carl Schmitt*, defendida en el año 2015. Sin desatender la pregunta por la autonomía de lo político, en su libro se interroga por la relación de lo político con la derrota. “¿Ha sido realmente derrotado lo político? ¿La politicidad solo debe ser entendida a partir de la instancia de politización en contraposición a operaciones despolitizadoras? ¿Existe un fundamento de lo político?” (p. 16). Para el autor, interrogar lo político en su momento de presunta derrota permitiría comprender, por ejemplo, la *praxis* política que caracterizó las últimas décadas en nuestro país.

El libro está compuesto por ocho capítulos que se organizan, a su vez, en cuatro secciones. Cada una de ellas gira en torno a un eje conceptual a partir del cual se presenta el contrapunto entre Schmitt y Gramsci. En el primero, se aborda el *pathos* bélico que atraviesa el pensamiento de los autores, donde toma un lugar central el juicio de que la derrota de 1848 precisaba una salida política, una respuesta que implicaba conflicto, polémica y lucha por los valores. Se trataba de una respuesta que se servía, además, de la religión sin por ello desterrar el componente racionalista de la modernidad. Luego, en “Politización y despolitización”, Laleff Ilieff pone el acento en el carácter de la politicidad desplegada por Schmitt y Gramsci, en la que identifica un movimiento de acercamiento y de alejamiento entre los autores. De un lado, en ambos, la politicidad implicaba una doble valencia, con instancias constitutivas y articuladas, mas no perfectamente sincrónicas, de politización y otras de despolitización. Y, del otro, mientras para Schmitt lo político no podía agotarse, Gramsci consideraba que la política, producto de una sociedad desigual, debía necesariamente desaparecer cuando termine la explotación del hombre sobre el hombre. El tercero de los ejes versa sobre la conceptualización de la crisis y la consiguiente necesidad de un orden, cuestiones sobre las que reflexionan los autores en sus obras del período de entreguerras. Laleff Ilieff identifica en Schmitt y en Gramsci tanto el diagnóstico de la posibilidad siempre presente de la falla o de la desintegración de un orden, como también la posibilidad de un suplemento que remedie de alguna forma los males que lo aquejan, ya sea dinamizado por un armado institucional de nuevo tipo, ajeno a las formas parlamentarias, o, en cambio, mediante la construcción de una forma social novedosa. Finalmente, en “Hacia la totalización”, el cuarto de los ejes alrededor del cual gira el contrapunto entre los autores, se reflexiona sobre la estela hegeliana en Schmitt y Gramsci, en su modo de comprender la relación entre Estado y sociedad en el período de entreguerras. Aun cuando los autores identificaron que a la totalización debía seguir un tiempo de práctica política, Laleff Ilieff argumenta que sus

diferencias se dieron alrededor de sus posiciones frente al fenómeno totalizador. El Estado se consideraba en tanto condición *sine qua non* para la convivencia en la modernidad, en el caso del primero, o como obstáculo que precisaba diluirse en la sociedad, para el segundo.

A partir de lo dicho, quiero concentrar lo que resta de la reseña en dos aspectos. Se trata de contribuciones relevantes del libro de Laleff Ilieff para reflexionar sobre los problemas políticos que se yerguen en nuestras sociedades occidentales. Por una parte, quisiera detenerme en la implicancia teórico-política del *pathos* bélico. Según el autor, en los escritos de Schmitt y Gramsci la problemática de la guerra tuvo un rol preponderante. Sin afincar en un belicismo rampante, ambos entendían que era esperable un enfrentamiento decisivo. Ante ello, y al entenderse como herederos de vencidos, adquiriría mayores bríos la empresa de pensar la práctica política con y desde la derrota. O, mejor dicho, a partir de sentirse parte de los derrotados, reflexionar acerca de modos a través de los cuales torcer la situación de marginalidad en que se encontraban las propias fuerzas. En tanto expresión de un lenguaje polemológico que reconoce el carácter conflictivo de la vida en sociedad, dice Laleff Ilieff, el *pathos* bélico “no debe entenderse como el fundamento de lo político”. Antes que ello, el “fundamento de lo político implica un *pathos* bélico que se manifiesta en la propia historia” (p. 63). Se desprende de la propia lucha por los valores. Se trata de un belicismo, como acota el autor en una referencia a Gramsci que bien puede tocar en algún punto la teoría schmittiana, que no implicaba una militarización de la política. Es decir, el carácter eminentemente conflictual de la existencia comunitaria, con su inerradicable contraposición polemológica entre sistemas de valores morales y éticos, no redundaría necesariamente en hacer de la política una “cuestión de soldados”. Este señalamiento resulta por demás de relevante para restituir el lugar cardinal que tiene la disputa política en nuestra vida en comunidad. Rehúye a visiones que, horadadas con insistencia por libros, artículos y exposiciones académicas, y complejos edificios teórico-conceptuales, se muestran reacias a aceptar el rol constitutivo del conflicto, y abonan, antes bien, a cierto paraíso terrenal de concordia y suturas de viejas fisuras sociales. Ponen, como se dice habitualmente, “bajo la alfombra” los múltiples problemas que nuestras cada vez más inequitativas sociedades contemporáneas hacen aflorar. ¿Cómo vivir juntos sabiendo que las contraposiciones de visiones del mundo son inextinguibles y que debemos aprender a coexistir con ellas? No se resuelve la cuestión, claro, por la vía de una militarización de la política, de una regimentación verticalista de la *praxis* sin poder de desconocimiento de las órdenes impartidas “desde lo alto”.

Luego, el segundo de los aspectos que quiero destacar refiere a la relación entre historia y política. Siguiendo a Reinhart Koselleck, Laleff Ilieff subraya la idea de que una victoria no conduce necesariamente a una desactivación de lo político. Antes bien, el desenlace final de la contienda puede dar lugar a su reactivación. “[L]o político puede habilitar un pensar renovado a contrapelo de la jerarquía de la situación” (p. 194). Es lo que de alguna manera intentaron Schmitt y Gramsci, legatarios de las causas perdidas de 1848. Para dar un ejemplo histórico más cerca-

no, pensemos en la “situación revisionista” en la que entró el movimiento peronista tras el quiebre constitucional de la llamada Revolución Libertadora en 1955 y su política de “desperonización”. Condujo a algunos de los actores peronistas, no en un camino acumulativo, menos lineal o determinista, a abonar a ideas y prácticas políticas que en muchos aspectos se encontraban en las antípodas del marco ideacional de Perón. Por caso, se produjo la revalorización de los caudillos federales o del marxismo como lente para comprender las vicisitudes sociales, políticas y económicas de la Argentina de la segunda mitad del siglo XX. Volvamos al punto tras la pequeña digresión. A distancia de la preocupación historiográfica de Koselleck, Schmitt y Gramsci no se limitaron a repensar el pasado. Vincularon sus apuestas teóricas con la práctica política de aquellos derrotados para “dar vuelta la taba” en el marco de la lucha definitiva que, a su juicio, se acercaba de forma inminente. En tanto legatarios de causas perdidas, se “valieron del pasado para interceder políticamente y modificar el curso de una historia que se expresaba de manera sumamente conflictiva, denunciando con ello una fractura que debía ser suturada desde la constitución de un nuevo orden” (p. 196). Es otra forma de decir que abonaron a un acercamiento partisano a lo político, en consonancia, por otro lado, con su concepción polemológica de la existencia humana. ¿Puede un pensamiento teórico-práctico de la política desentenderse de su dimensión partisano? ¿Es una característica necesaria o, antes bien, enturbia, debido a su necesaria “toma de partido”, la reflexión analítica de la táctica y la estrategia de la lucha política?

El libro de Laleff Ilieff constituye un análisis pormenorizado, rico y por demás de sugerente sobre los pensamientos schmittiano y gramsciano en el período de entreguerras. Sus señalamientos puntuales en relación con la tradición de los vencidos, con las instancias de politización-despolitización, con la cuestión de la crisis y la necesidad de orden, y la relación Estado-sociedad habilitan también la posibilidad de trascender la letra de los autores. Es lo que sucede, como señalé antes, con la dinámica polemológica que involucra la lucha política y con los usos partisanos del pasado. Cuando la teoría abandona sus pretensiones de ser una guía de la acción y comienza a abrazar su rol, más acotado pero no menos importante, de brújula, se abren las puertas –y las posibilidades– para una práctica no determinista de la política.