

**El retorno del pueblo  
Populismo y nuevas democracias  
en América Latina**

Carlos de la Torre y Enrique Peruzzotti, editores

# El retorno del pueblo Populismo y nuevas democracias en América Latina



# Índice

© De la presente edición:

**FLACSO, Sede Ecuador**  
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro  
Quito-Ecuador  
Telf.: (593-2) 323 8888  
Fax: (593-2) 3237960  
www.flacso.org.ec

**Ministerio de Cultura del Ecuador**  
Avenida Colón y Juan León Mera  
Quito-Ecuador  
Telf.: (593-2) 2903 763  
www.ministeriodecultura.gov.ec

ISBN:  
Cuidado de la edición: Juan Guijarro  
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena  
Imprenta: Crearimagen  
Quito, Ecuador, 2008  
1ª. edición: octubre de 2008

<b>Presentación</b> .....	9
<b>Introducción</b>	
<b>El regreso del populismo</b> .....	11
<i>Carlos de la Torre y Enrique Peruzzotti</i>	
EL RESURGIR DEL POPULISMO	
<b>Populismo, ciudadanía y Estado de derecho.</b> .....	23
<i>Carlos de la Torre</i>	
<b>El resurgimiento del populismo latinoamericano.</b> .....	55
<i>Kenneth Roberts</i>	
POPULISMO: DEMOCRACIA, REPRESENTACIÓN, ORGANIZACIÓN Y NACIÓN	
<b>Fisuras entre populismo y democracia en América Latina</b> .....	77
<i>Francisco Panizza</i>	
<b>Populismo y representación democrática.</b> .....	97
<i>Enrique Peruzzotti</i>	

**La organización populista.**  
**Los Círculos Bolivarianos en Venezuela** ..... 125  
*Kirk Hawkins*

**Sobre alquimistas e imaginadores.**  
**Populismo y nación.** ..... 161  
*Julio Aibar Gaete*

#### POPULISMOS RECIENTES EN ECUADOR

**El flautista de Hammelin.**  
**Liderazgo y populismo en la**  
**democracia ecuatoriana** ..... 189  
*Flavia Freidenberg*

**Bucaram en Panamá.**  
**Las secuelas del populismo en Ecuador.** ..... 239  
*Catherine Conaghan*

**El populismo intermitente de Lucio Gutiérrez** ..... 267  
*César Montúfar*

**Colaboradores** ..... 299

## El resurgir del populismo

# Populismo, ciudadanía y Estado de derecho

Carlos de la Torre\*

¿Por qué si tantas veces se ha anunciado su muerte el populismo se niega a desaparecer? ¿Qué factores explican que periódicamente emerjan liderazgos que polarizan profundamente la política utilizando una retórica que opone en una confrontación maniquea al pueblo en contra de la oligarquía? ¿Por qué en ciertos contextos son exitosos los discursos y las estrategias de movilización populista y por qué no funcionan en otros? ¿Cómo puede el populismo ser visto a la vez como la esencia y un peligro para la democracia?

Para responder a estas preguntas este capítulo analiza selectivamente la amplia bibliografía que se ha escrito sobre el populismo.<sup>1</sup> La discusión empieza con una revisión de los debates provocados por la interpretación de Gino Germani (1971). Utilizando trabajos recientes se analizan tres legados de Germani: primero, la visión del populismo como una etapa en la historia de la región; segundo, la explicación que lo asocia con las cri-

---

\* FLACSO-Ecuador. Una versión de este trabajo fue presentada en el Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales, FLACO-Ecuador, Quito, 31 de octubre del 2007. Este trabajo fue discutido en el seminario doctoral de la FLACSO-Ecuador. Agradezco a quienes participaron por sus comentarios. En especial quiero reconocer las sugerencias de Juan Guijarro, Guillaume Long y Enrique Peruzzotti. E-mail: cdelatorre@flacso.org.ec.

1 Para resúmenes recientes sobre los debates conceptuales ver: De la Torre, 2000; Freidenberg, 2007; Knight, 1998; Mackinnon y Petrone, 1998; Panizza, 2005; Roberts, 1995; Weyland, 2004 (2001). En los últimos años hay un renacer de publicaciones sobre el populismo (Laclau, 2005) y en especial sobre el populismo latinoamericano. Véase los libros editados por Aibar, 2007a; Burbano de Lara, 1998; Centro Andino de Acción Popular, 2004; Conniff, 1999; Demmers *et al.*, 2001; Hermes *et al.*, 2001; Mackinnon y Petrone, 1998; Panizza, 2005a.

sis; y por último, la interpretación de los seguidores populistas como masas disponibles y en estado de anomia. Luego de criticar algunos problemas de la bibliografía sobre el populismo se responden tres preguntas: ¿Qué es el populismo? ¿Qué factores permiten que se den fenómenos populistas? ¿Cuáles son las relaciones entre el populismo y la democracia entendida como procedimientos para elegir y alternar mandatarios y negociar pacíficamente los conflictos?

### Germani: populismo, masas y anomia

El modelo articulado por Gino Germani (1971) a finales de los años cincuenta continúa siendo uno de los más influyentes. El primer legado de su interpretación es ver el populismo como una etapa en la modernización de la región ligada a la incorporación de masas previamente excluidas de la política. El problema con esta visión es que, a menos que la transición sea un fenómeno de larga duración, es difícil sostener que los populismos clásicos de los años 30 y 40, los neopopulismos de los años 90 y el renacer de los populismos radicales a principios del nuevo siglo sean producto de dicha transición a una modernidad que siempre parece escaparse y que no termina de llegar. Más bien hay que considerar que el populismo es la forma en la cual los sectores excluidos han accedido a la participación política, que se ha basado en discursos que dividen a la sociedad en dos campos antagónicos y en la visión de la democracia como la aclamación plebiscitaria a redentores más que en los modelos idealizados de los teóricos de la modernización de lo que debería ser la democracia (De la Torre, 2000).

Pese a que los críticos marxistas y dependentistas cuestionaron el evolucionismo de la explicación de Gino Germani compartieron su visión historicista. Los dependentistas analizaron el populismo como una etapa ligada a la crisis del modelo agro-exportador y a la industrialización por sustitución de importaciones (Ianni, 1975). Las hipótesis dependentistas han sido analizadas por varios historiadores que han demostrado que el populismo no puede ser reducido a una etapa en la historia de la región. Aunque el populismo antecedió a la sustitución de importaciones en

Brasil, México y Argentina, en países más pequeños como Ecuador y Bolivia poco tuvo que ver con ese modelo de acumulación y, desafiando a las predicciones prematuras, no desapareció de la escena política latinoamericana junto a éste (Weyland, 2003). Al dar demasiada importancia a las transformaciones sociales y económicas se tiende a olvidar y dejar de lado la especificidad de la política. El populismo y la política, en general, no pueden explicarse como el reflejo de fuerzas estructurales supuestamente más profundas tales como la economía, lo que no significa que la política tenga una autonomía absoluta de los procesos económicos y sociales. Una lectura política y discursiva ofrece mejores pistas para comprender por qué perdura el populismo.

Un segundo legado de Germani es la visión del populismo como un fenómeno ligado a las crisis que provoca la transición a la modernidad. Siguiendo sus hipótesis se pueden distinguir tres grandes momentos de emergencia populista: el “populismo clásico” de Perón, Vargas y Cárdenas, que surgió con la crisis del modelo agro-exportador y la industrialización por sustitución de importaciones; el “neopopulismo neoliberal” de Menem, Fujimori y Collor, producto de la crisis de la industrialización por sustitución de importaciones; y el renacer del “populismo radical” de Chávez, Morales y Correa, junto a la crisis de los modelos neoliberales y del resurgir del nacionalismo y del control estatal.

La noción de crisis, sin embargo, no es la única explicación para comprender el continuo atractivo del populismo. En naciones tales como Argentina, Brasil, Ecuador, Venezuela, Bolivia y Perú los políticos populistas desde los años treinta y cuarenta, cuando no lo impidieron los militares, han ganado elecciones a nivel local y nacional. El populismo ha sido la norma en lugar de la excepción que implica la noción de crisis y existe en “tiempos normales como en los de crisis” (Knight, 1998: 227). Debido a que el populismo es visto como la expresión de una crisis, se lo considera como un fenómeno transitorio y excepcional. Resuelta la crisis, se regresa a la política “normal”, esto es a la política no populista. Es así que el populismo aún es visto como una fase que eventualmente desaparecerá. Los críticos de la teoría de la modernización y del marxismo ortodoxo han cuestionado los modelos binarios que artificialmente dividieron a la política y a la acción colectiva entre lo normal y lo anormal. En estas

construcciones el teórico prescribe normativamente lo que considera lo normal y relega lo supuestamente patológico a la condena moral o lo explica como una desviación de un patrón de desarrollo arbitrariamente construido como universal desde una visión eurocéntrica.

Un tercer legado de Germani, y tal vez el más influyente, ha sido su visión de los seguidores populistas como masas desorganizadas o poco organizadas. En sus trabajos pioneros sobre el peronismo, Germani analizó los cambios estructurales rápidos y bruscos que produjeron masas disponibles para la movilización populista. Estos sectores desorganizados o poco organizados no encontraron patrones normativos claros que les permitieran actuar racionalmente, por lo que fueron manipulados por líderes populistas. Pese a las críticas empíricas y conceptuales, las nociones de desorganización siguen reapareciendo en la bibliografía sobre el populismo en sus variantes neoliberal y nacional-radical (Weyland, 1996; 2004).

Trabajos históricos demostraron que los obreros, la base social de los populismos clásicos, no estuvieron desorganizadas y que actuaron racionalmente en el cardenismo, el peronismo y en el varguismo (Knight, 1998; Murmis y Portantiero, 1971; Torre, 2005; Wolfe, 1994). Hay una amplia bibliografía etnográfica que cuestiona las ideas de desorganización y anomia de los informales, que según los teóricos del neopopulismo son su base social. A diferencia de algunos politólogos que los estudian desde arriba, enfatizando su desorganización y sin preocuparse por comprender cómo los pobres entienden y viven la política, trabajos etnográficos han demostrado más bien los altos niveles organizativos de los informales (Auyero, 2001; Barozet, 2006; Burgwall, 1995; Fernández-Kelly y Shefner, 2006). También se ha demostrado que los partidos populistas no se movilizan únicamente desde el carisma del líder, sino a través de sus organizaciones asentadas en redes informales (Freidenberg y Levitsky, 2006; Menéndez-Carrión, 1986). En algunas experiencias recientes de populismo radical, como en el chavismo, los sectores populares, al igual que hicieron en los populismos nacional-radicales clásicos, están utilizando las aperturas del sistema para luchar por agendas que van más allá de los intentos de movilización desde arriba de los líderes (Ellner, 2005).

Las nociones de desorganización y disponibilidad para la movilización desde arriba no ayudan a comprender por qué son exitosas las estrategias

populistas pues se basan en visiones con una fuerte carga normativa que dividen artificialmente la política entre la razón y la emotividad. En lugar de explicar cómo se combinan los argumentos lógicos, en los que se sustentan las propuestas programáticas, con las emociones que provocan las concentraciones masivas y las propagandas en los medios muchos lamentan el uso de las pasiones en la política y escriben obituarios sobre el fin de la política racional y deliberativa (Schedler, 1997).<sup>2</sup> La asociación de sus seguidores con la emotividad y la sinrazón continúa siendo una de las estrategias más comunes para deslegitimar y satanizar al populismo (Castañeda, 2006).

Las nociones de desorganización tampoco explican por qué los apelativos populistas y no los liberales o los socialistas, por ejemplo, son exitosos en un contexto concreto. Para que funcionen las estrategias populistas deben asentarse en las formas de representación política existentes y en las tradiciones discursivas disponibles. Estas estrategias se basan y hacen uso de marcos discursivos maniqueos (De la Torre, 2000) y de tradiciones culturales particularistas como son las relaciones de reciprocidad del parentesco, del clientelismo y del corporativismo (Prud'homme, 2001: 56-57).

### El populismo es una estrategia y un estilo discursivo

Kurt Weyland (2003; 2004) anota que las críticas a los modelos derivativos de la política y el renacer del populismo junto con el neoliberalismo motivaron lecturas eminentemente políticas de éste. En su aporte seminal define populismo como una estrategia política para llegar o ejercer el poder en que líderes buscan el apoyo directo, no mediado ni institucionalizado, de un gran número de seguidores (2004: 36). El populismo visto como una estrategia no está necesariamente asociado a modelos de

2 En un texto reciente, Ted Brader (2006) cuestiona la división de la política entre razón y emotividad. Estudiando los anuncios televisivos en las campañas presidenciales en los Estados Unidos concluye que los políticos buscan convencer tanto al intelecto como al corazón del electorado. Además, desmitifica la idea de que las pasiones movilizan a los pobres y menos educados. Su libro demuestra que los electores estadounidenses con mayores niveles educativos son los más influenciados por los apelativos emocionales.



acumulación específicos. Los conceptos políticos del populismo también ayudan a dar cuenta de su indefinición ideológica, puesto que puede inclinarse hacia la derecha tanto como hacia la izquierda.

La noción de estrategia lleva al estudio de los dispositivos concretos de movilización populista. Éstos, como señala Kenneth Roberts (véase su capítulo en este libro), son mecanismos de movilización desde arriba que se dan en sistemas políticos débilmente institucionalizados. La movilización desde arriba es diferente a la que se da desde las organizaciones sociales por lo que Roberts contrasta el chavismo, como caso paradigmático de movilización populista desde arriba, con las redes de movimientos y organizaciones sociales en las que Evo Morales sustenta su poder.

El populismo además de contar con mecanismos de movilización desde arriba es, sobre todo, un estilo discursivo que produce una “profunda polarización política” (Knight, 1998: 237). El discurso populista se basa en la diferenciación de la sociedad en dos campos que se enfrentan de manera antagónica en una lucha maniquea entre el bien y el mal, la rendición y el vasallaje. Los discursos populistas generan pasiones e identidades fuertes que dividen a la sociedad entre el pueblo virtuoso encarnado en el líder y sus enemigos construidos como la anti-patria.

En su texto clásico, de tendencia estructural-marxista, Ernesto Laclau (1977) investiga la crisis del discurso liberal en Argentina y cómo Perón transformó las críticas al liberalismo en un discurso que confrontó al pueblo en contra del bloque en el poder. La particularidad del populismo radica en la transformación de las diferencias que pueden ser procesadas por el sistema en una ruptura antagónica entre dos bloques que no se pueden reconciliar. En sus textos más recientes (2005a; 2005b), Laclau reelabora una teoría formal lingüística del populismo sin lazos con el determinismo clasista del marxismo. Entiende el populismo como la construcción de un sujeto popular basado en la demarcación de una frontera interna que divide el espacio social en dos campos antagónicos (2005a: 43).<sup>3</sup> El populismo es anti-institucional, se basa en la construcción de un enemigo y en una lógica de equivalencias, en la que un signi-

3 Véase la reconstrucción crítica de la última teoría de Laclau en Pereira (2007), así como el capítulo de Francisco Panizza en este libro.

ficante vacío, que es el nombre del líder, expresa la ruptura del sistema de diferencias que no puede procesar las demandas del sujeto popular. Los sectores excluidos y marginados buscan representar a toda la comunidad y lo hacen articulando demandas que no se pueden satisfacer dentro de un orden hegemónico sino a través de la ruptura populista. El nombre del líder termina simbolizando al pueblo y su figura “funciona como un significante al que se le pueden atribuir una multiplicidad de significados” (Panizza, 2005: 19).

El análisis discursivo ha examinado los diferentes grados de polarización y de antagonismo generado en diversas experiencias populistas, que pueden ir desde la polarización política en dos campos antagónicos, como por ejemplo cuando se enfrentan los ciudadanos contra los partidos políticos, hasta la politización de todo el campo social en dos campos irreconciliables que radicalizan la política, la cultura e incluso las diferencias sociales. Los discursos populistas de Perón, por ejemplo, se parecen a los de Chávez por la politización no sólo de dos campos políticos irreconciliables que representan el choque entre el viejo orden político y el nuevo orden porvenir, sino también porque han politizado las diferencias sociales entre campos irreconciliables y antagónicos (De la Torre, 2004; 2007).

Pese a la sofisticación y riqueza, los análisis discursivos tienden a seguir concentrándose en las condiciones de producción de los discursos sin analizar empírica e históricamente cómo han sido recibidos (De Ípola, 1983). De este modo, el análisis discursivo no ha explicado satisfactoriamente cómo se generan identidades y subjetividades populistas. Los discursos populistas se dan en momentos de confrontación política y generan mitos y formas de entender la política (Ostiguy, 2007). Los discursos anti-populistas crean, en gran medida, lo que el populismo representa. Ostiguy analiza cómo los mitos argentinos de la lucha entre la civilización y la barbarie fueron usados por la oposición para construir al peronismo como la encarnación de los bajos valores del barbarismo caudillista. La fuerte polarización que se dio en los orígenes del peronismo a su vez contribuyó a que se revaloricen los desprecios a la gente común que fue construida por los peronistas como la esencia de la nación. De manera similar, los desprecios a la gente común vista como la “chusma” velasquista y las “hor-

das” cefepistas en las décadas de los ‘50 y ‘60 contribuyeron a que el populismo ecuatoriano revalorice la valía de la gente común y los presente como la verdadera nación anti-oligárquica (De la Torre, 2008).

Los discursos populistas históricamente se han dado en eventos masivos y a través de rituales que han posibilitado la generación y regeneración de los lazos e identidades que unen a los líderes con sus seguidores en coyunturas de fuerte polarización política. Para analizar la creación de identidades populistas, para estudiar cuándo los discursos son recibidos exitosamente y para desentrañar la multiplicidad de significados que los convocados otorgan a las palabras, gestos y *performance* de los líderes populistas, se analizará a continuación los rituales discursivos populistas. Se compararán los eventos, mítines y rituales de tres líderes populistas ecuatorianos –Abdalá Bucaram, Álvaro Noboa y Rafael Correa– durante las campañas electorales de 1996 y del 2006 (De la Torre, 1996; 2000; 2006). Este análisis de los actos de masas populistas no desconoce que también y simultáneamente se den populismos mediáticos que también serán analizados.

Elaborando la teoría de los rituales religiosos de Durkheim, Randal Collins (2004) sistematiza los elementos de los rituales de interacción. Estos rituales se basan en altos niveles de inter-subjetividad emotiva que producen sentimientos de solidaridad, en la creación de símbolos cognitivos y en las emociones de los partícipes que generan “sentimientos de confianza, entusiasmo y el deseo de actuar de acuerdo a lo que consideran como el camino moral correcto” (2004: 42). Los rituales se basan, antes que nada, en las reuniones de grupos, congregaciones y audiencias. Estos momentos especiales y extra-ordinarios producen una intensificación de las experiencias compartidas, lo que Durkheim denominó “efervescencia colectiva”. Se crean fronteras entre los que participan en estos rituales y los que no, y se busca que los presentes se sientan parte de una colectividad moral superior.

Se pueden diferenciar las reuniones y concentraciones que se organizan en barrios de las ciudades grandes y en ciudades pequeñas de provincia de los grandes mítines con los que se cierra las campañas electorales. En los primeros los caciques locales tratan de demostrar su fuerza a los liderazgos nacionales, que se evidencia en el número de personas que convocan y en

la organización de los eventos. Los grandes actos de masas están a cargo de las directivas de los partidos. Todos estos rituales se basan en cómo las redes de los partidos políticos movilizan para que participe su gente.

Javier Auyero (2001) contrasta entre los círculos íntimos de los caciques, *brokers* o punteros partidistas, y las personas que ocasionalmente participan en las redes para resolver los problemas de los pobres. Los primeros están envueltos en una serie de relaciones sociales de reciprocidad desigual por la que circulan favores y lealtades. Las personas cercanas a los caciques comparten su visión de qué es la política, sienten gratitud hacia quienes les ayudan a resolver sus problemas y participan en mítines y en eventos políticos por gratitud, lealtad y hasta cariño a sus líderes. A diferencia de las personas cercanas, quienes participan esporádicamente de los intercambios de favores por lealtades tienen relaciones más distantes y cosmovisiones más alejadas de las que tienen los del círculo íntimo: pueden ser llevados a un mitin, pueden ir porque se trata de una obligación o por razones utilitarias. Por último, están los curiosos que se acercan a las concentraciones con espectáculos de música gratis, por la curiosidad de ver al candidato, o por si les regalan una camiseta.

Las personas ligadas a los círculos íntimos de los caciques, los que participan de manera esporádica y los curiosos tienen diferentes niveles de participación, de adhesión a determinadas candidaturas políticas, y de identificación y compenetración con los líderes, los partidos y con los otros militantes. En los mítines políticos se observa cómo la gente se ubica alrededor del escenario donde tendrá lugar el espectáculo. Para los caciques locales y sus bases es muy importante demostrar su presencia. Es por esto que se esfuerzan por estar lo más cerca de la tarima no sólo para ver el show de cerca, sino sobretudo para que los liderazgos de las maquinarias partidistas vean el nombre de su organización o comité barrial que está inscrito en una pancarta. Muchos no asisten por su voluntad, y aprovechan cuando la función está casi acabando para irse. A veces ni se enfocan en lo que ocurre en el escenario y están más interesados en charlar y hacer chistes con sus amigos y parientes que también fueron llevados a estos mítines. Los curiosos se acomodan en los márgenes; pues si bien están presentes, no necesariamente quieren ser identificados con las personas que están participando en rituales que generan adhesiones a determinadas candidaturas.

Estudiosos del populismo han demostrado que el discurso político es diferente del discurso científico. Puesto que el objetivo del discurso político “es impulsar a la acción, son menos útiles las argumentaciones cuidadosamente trabajadas que los efectos estéticos, las imágenes impresionantes y las apelaciones emotivas” (Álvarez Junco, 1990: 234). Los discursos políticos son espectáculos halagadores centrados alrededor de la figura del político y los mítines son espacios de celebración de su liderazgo.<sup>4</sup> Se busca entretener, divertir y, sobre todo, hacer sentir bien a los concurrentes. Abdalá Bucaram, en la campaña electoral de 1996, combinó su show del “loco que canta y baila”, con la emoción del concierto en que se corean tonadas conocidas. La repetición de las canciones del grupo uruguayo de baladas y música pop retro *Los Iracundos* creó un ambiente de hermandad en las plazas. Los actos de masas de Rafael Correa en la campaña presidencial del 2006 dieron la sensación de que todos los asistentes pertenecían a un proyecto compartido. Con este fin, luego que el candidato manifestara desde la tarima una idea simple y con un efecto movilizador, sus palabras eran interrumpidas con canciones, ya fueran pregrabadas o de un grupo de música protesta, que eran coreadas por el candidato y por el público. Mientras descansaba su garganta y tomaba agua, Rafael Correa no perdía la oportunidad para sonreír a las damas, abrazar a los niños, bailar y divertirse. Luego se paraba la música, y el candidato continuaba con su disertación, que a los pocos minutos era interrumpida de nuevo con la música, los gritos y el baile (De la Torre, 2006). Es así que estos actos de masas se parecían más a una fiesta callejera y a una verbena que a una concentración política. De esta manera se marcaron diferencias con los discursos de los políticos tradicionales. Además, se entretuvo a la audiencia, que percibía la idea de que todos eran parte de un mismo proyecto político: “la revolución ciudadana” que terminaría con la “partidocracia”.

A diferencia de los mítines que condujeron al triunfo de Bucaram y de Correa, los de Álvaro Noboa en la campaña del 2006 sólo tuvieron éxitos en los círculos cercanos a sus redes (De la Torre, 2006). Para los curiosos y los más lejanos se trató de actos aburridos, pese a que el multimillonario a veces contrató a grupos de música de reconocida fama. Noboa repi-

<sup>4</sup> Agradezco a Luis Alberto Tuaza por esta aclaración.

tió un mismo guión en que el mitin político estuvo acompañado de un show artístico y por la entrega de medicinas, computadoras, sillas de ruedas y micro-créditos para que las personas pobres se conviertan en empresarios. Si bien los regalos de Noboa fueron interpretados por los de su círculo íntimo como muestras de su preocupación por los más necesitados, para las personas más lejanas fueron actos desesperados del millonario que trataba de comprar votos.<sup>5</sup> Además, a diferencia de las emociones fuertes que se vivían cerca de la tarima, para quienes estaban más lejos se trataba de demostraciones largas y aburridas de la caridad de un rico. Es por esto que una vez que terminaban los números musicales, la gente se retiraba mientras Noboa disertaba.

Los rituales políticos producen sentimientos de solidaridad y configuran emblemas y marcadores de identidad partidista y de adhesión a un líder. La intención de los organizadores de estos eventos es que los partícipes se enfoquen en la figura del líder, lo consagren y lo deifiquen como si fuese una persona fuera de lo común (Collins, 2004: 38). Es por esto que el momento culminante del mitin es la aparición del líder luego de que los ánimos ya están caldeados con la música y los discursos de los teloneros.

En la campaña de 1996 el presentador, como si se tratase de un acto de circo, anunciaba la llegada de Abdalá Bucaram: “Ya viene Abdalá, Abdalá, Abdalá”. Entonces, el líder entraba apoteósicamente en compañía de su candidata a la vicepresidencia mientras sonaba la canción emblemática de la campaña, “La fuerza de los pobres”. Desde este momento, durante más de una hora los partícipes se enfocaban en los cantos, bailes y palabras de Bucaram, quien además dialogaba y hacía reír a los asistentes. Álvaro Noboa llegaba a la tarima en su carro alegórico de campaña desde el cual encabezaba caravanas motorizadas y repartía camisetas por las calles de las diferentes ciudades. Una vez en la tarima trataba de ser el centro del acto, y lo fue para quienes vieron de cerca el reparto de sillas de ruedas y computadoras; sin embargo, no sucedió lo mismo para las personas lejanas a sus redes. A través del canto y la música con la que bus-

<sup>5</sup> Véase el análisis en *Vanguardia*, 17 de octubre del 2006: 40-41; y el editorial de Pepe Laso, “Profetas de la desventura”, *Hoy*, Quito, diciembre 3, 2006.

có crear sentimientos de solidaridad horizontal, Rafael Correa se presentó a la vez como un ciudadano más y como el mejor preparado para terminar con la “partidocracia”. La historia de sus orígenes populares y su superación para alcanzar títulos de postgrado en universidades extranjeras, así como ser un guayaquileño que vive y trabaja en Quito, lo presentaban como la encarnación de los sueños de movilidad social y como el símbolo de la unidad nacional anti-oligárquica.

Los discursos populistas son en gran medida creaciones colectivas en las que intervienen tanto el líder como sus seguidores. “El ídolo de masas se deja conducir por sus oyentes, prestándose a repetir o subrayar aquello que tiene éxito” (Álvarez Junco, 1990: 234). El orador tiende a repetir las bromas que fueron recibidas exitosamente e incorpora las consignas y gritos que fueron usados por quienes asisten a estos eventos colectivos. Por ejemplo, el eslogan de la campaña de Bucaram del ‘96, “¡Un solo toque!”, se trata de un grito que se usa en el fútbol, y fue incorporado a sus discursos luego de que un grupo de jóvenes exaltados lo gritaron. Como la consigna “gustó y pegó”, Bucaram la empleó como eslogan principal de su campaña (De la Torre, 1996).

Los discursos son elaboraciones colectivas también porque los líderes responden a las acusaciones y descalificaciones de sus rivales (Ostiguy, 2007). José María Velasco Ibarra en la campaña electoral de 1960, ante las denuncias de sus rivales de que lo apoyaba la “chusma velasquista”, respondió: “Estáis metidos con la chusma velasquista. Pero digo, con Alessandri, ¡bendita chusma, con vosotros cuento para levantar la grandeza del pueblo ecuatoriano! En esta chusma hay artesanos, mujeres, campesinos, brazos esforzados, grandes almas, nobles espíritus que son el alma de la patria, que redime a la república de la corrupción calculadora” (*El Universo*, Guayaquil, 1 de junio 1960: 23; citado en De la Torre, 2008: 48).

Cuando los discursos son exitosos, y siempre guardando la diferenciación entre los cercanos y los lejanos a las redes, estos mítines producen sentimientos de solidaridad, de identificación en la figura del líder y de ser parte de una comunidad moral superior. Los que se identificaron con Correa, por ejemplo, se imaginaron a sí mismos como parte de la ciudadanía que terminaría con el dominio de los partidos políticos. Se veían como la vanguardia de la revolución ciudadana y consideraban que todos los que

no estaban con ellos buscaban salvaguardar los intereses del viejo régimen basado en el dominio de partidos políticos corruptos. Estos sentimientos de superioridad moral, a la vez que les motivaron a luchar por su líder, les llevaron a calificar a quienes no compartían sus ideales como enemigos.

Las identidades políticas que se generan en los mítines populistas se pueden basar en la politización de los apelativos morales, en la politización de las desigualdades y hábitos de las clases sociales y sobre todo en la creación de dos campos antagónicos que se expresan entre quienes están con el líder-redentor y quienes no lo están, y representan el viejo orden. Estas identidades generadas en los mítines exitosos no se quedan flotando en el aire hasta la próxima reunión pública masiva. Las redes clientelares cumplen un papel fundamental al reproducir lealtades hacia un líder. A través de los contactos cotidianos de los caciques o *brokers*, con quienes se busca resolver problemas, las redes clientelares reproducen identidades de pertenencia a partidos populistas. Como señalan Menéndez Carrión (1986) y Auyero (2001), en los intercambios clientelares no sólo se dan bienes y servicios, sino que se construyen lealtades partidistas, relaciones de gratitud hacia quienes hacen obras y servicios y se reproducen los mitos que deifican a los líderes como redentores.

El estudio discursivo de los rituales políticos ayuda a explicar cómo se reproducen las identidades populistas. Estas se generan tanto en las asambleas y mítines como en los contactos entre *brokers* y la gente común. La intensidad de las mismas varía de acuerdo a la posibilidad de que los *brokers* partidistas puedan solucionar problemas, como en el carisma de los líderes y el contacto directo de éstos con sus seguidores. Ya sea en la constante repetición de actos de masas, en las visitas de los líderes populistas a los barrios, o en las audiencias a los pobres en sus casas se busca crear una comunidad moral basada en la identificación de todos con un político que sintetiza y encarna un futuro mejor.

En los últimos años la tarima se complementa con la televisión. Los organizadores de los actos buscan la coincidencia con los horarios de los noticieros nacionales para ser retransmitidos en vivo. Además, las campañas cada vez invierten más recursos en propagandas de televisión y en cuñas radiales que intentan generar identidades partidistas, adhesiones y miedos ante determinadas candidaturas. Sin embargo, el peso de la tele-

visión en la forma en la que los políticos buscan llegar al poder y ejercerlo no me parece que justifique la escritura de obituarios sobre la política y de su transformación en la pos-política mediática (Sarlo, 1995). Considero que más bien estamos ante una agenda de investigación de cómo se combinan las lógicas de la televisión con las formas tradicionales de buscar votos y ejercer el poder.

El renacer del populismo en los años '90 del siglo pasado fue explicado por varios académicos por el poder de los medios para crear lazos directos de representación entre los líderes y sus seguidores. La televisión tendría un papel muy importante en las elecciones en contextos en que la gente común se encuentre expuesta de manera significativa a su influencia, dependa altamente de la televisión para su información política, este medio tenga alta credibilidad y la población tenga bajos niveles educativos y poco acceso a medios alternativos de información (Lawson, 2002: 201). Taylor Boas (2005) ha sistematizado información de acuerdo con las hipótesis derivadas de los trabajos de los teóricos norteamericanos del populismo como Kurt Weyland (1996; 2004) y Kenneth Roberts (1995), demostrando que la televisión sería el medio a través del cual los líderes neopopulistas se relacionarían con las masas atomizadas y desorganizadas del sector informal. La televisión explicaría no sólo los triunfos de los neopopulistas, sino también sus estilos de gobierno, en que los partidos y las instituciones son reemplazados por las imágenes televisivas que dan una sensación de participación y de representación directa entre el líder y sus seguidores.

En su estudio basado en el análisis estadístico de sondeos de opinión pública en tres elecciones (Brasil 1989, Perú 2000 y Perú 2001) Boas demuestra que si bien la televisión contribuyó a la victoria de Collor en 1989 y de Fujimori en el 2000, no tuvo que ver con la política neopopulista. Más bien la cobertura sesgada de las campañas por los medios explicaría por qué ganaron estos candidatos. El estudio de recepción de Boas cuestiona empíricamente las visiones que asumen que la televisión es el mecanismo más importante para asegurar el triunfo de líderes neopopulistas. Por tanto, la agenda de investigación debe centrarse en cómo se utilizan la televisión y las redes partidistas y en cómo los nuevos medios se combinan con formas tradicionales de hacer política. (Sarlo, 1995; Degregori, 2001)

Inspirándose en el estilo de Carlos Menem (Novaro y Palermo, 1996; Nun, 1994), Abdalá Bucaram representó sus actos de gobierno como un show de televisión en el que el poder se dramatizaba en espacios de la cultura popular como el fútbol y la cultura de masas (De la Torre, 1999; 2000). Al escenificar sus éxitos personales en estos espacios de la cultura de masas, Bucaram representaba los sueños de éxito y de movilidad social de la gente común, como jugar al fútbol con estrellas, bailar con modelos teñidas de rubio o transformarse en animador de un programa de televisión. Estando siempre presente en la televisión, la radio y la prensa, Bucaram trató de construir su figura como el evento político central. Su imagen de triunfador en esferas no-políticas, como los negocios y los deportes, y su nuevo rol como cantante de baladas y presentador de show de variedades de televisión, fueron constantemente retransmitidos a los hogares. Abdalá Bucaram actuaba en la televisión para el público y transformaba los significados de lo que debía discutirse en la esfera pública. Los debates sobre su vida personal y los significados de sus apariciones en la televisión fueron temas tan importantes como las discusiones sobre sus proyectos y programas de gobierno. Al mismo tiempo que defendía su plan económico neoliberal, decidía qué jugadores debían ser contratados por el club deportivo Barcelona, del cual fue electo presidente durante su mandato.

Si bien su intención fue construir eventos mediáticos que atraigan grandes números de televidentes y rompan con las rutinas de la televisión (Dayan y Katz, 1992), estos eventos no fueron interpretados por la opinión pública y por las audiencias de clase media para arriba como representativos de los valores, símbolos y narrativas de la ecuatorianidad. Más bien los periodistas y muchos ciudadanos de clase media los consideraron un peligro para la democracia, como señal de la irrupción de las "chusmas" en el palacio presidencial.

El ejemplo de Bucaram ilustra un patrón más general. Si bien los medios, sobre todo la televisión, han sido usados con la intención de transformar la representación política en un show mediático, los ciudadanos, organizaciones de la sociedad civil, los periodistas y las élites mediáticas no siempre se rinden ante el poder de las imágenes de la televisión. Más bien lo interesante es estudiar tanto los intentos de control autorita-

rio de la esfera pública y de usar la lógica de los videos para gobernar, como la resistencia de múltiples actores y públicos a estos proyectos (Conaghan, 2005).

El populismo, en conclusión, es mejor analizado como una estrategia y como un estilo discursivo que polariza a la sociedad en dos campos antagónicos. El populismo, además, se presenta en diversos grados y puede ser utilizado, como señala César Montúfar en su capítulo en este libro, de manera intermitente. Los discursos populistas circulan en los actos de masas, en los intercambios cotidianos entre caciques políticos y los pobres que buscan resolver sus problemas y por medio de la televisión y de otros medios electrónicos. El análisis del discurso populista debe siempre tomar en cuenta no sólo cómo se produce, sino también cómo es recibido, y explicar bajo qué condiciones funcionan mejor los apelativos populistas que otras formas discursivas.

### Instituciones frágiles, Estados fallidos y populismo

Para explicar por qué el populismo resurge constantemente y se niega a desaparecer es importante analizar por un lado, tal como han hecho varios investigadores, la institucionalidad democrática. En contextos de institucionalidad frágil, cuando los excluidos no sienten que pueden usar las reglas del juego electoral para ganar, en ausencia de mecanismos de rendición de cuentas y de sistemas de partidos débiles los populismos constantemente reaparecen (Drake, 1999; Freidenberg, 2007: 46-47).

Además del estudio institucional se puede entender el constante resurgimiento del populismo a través del análisis de las relaciones entre los estados y las sociedades civiles. Los Estados latinoamericanos, como señalan Miguel Ángel Centeno y Alejandro Portes (2006), han intentado regular a la sociedad civil pero no lo han conseguido. “Estos Estados pueden ser descritos como frustrados debido a la contradicción permanente entre las voluminosas regulaciones que producen en papel y la inhabilidad de ejecutarlas en la práctica” (Centeno y Portes: 28). Los “Estados frustrados” provocan la informalidad en la economía y en la política. En estos Estados una minoría se apropia de la protección esta-

tal y de sus recursos, mientras que la mayoría tiene que valerse por sí sola, violando constantemente la ley. De tal suerte, la mayor parte de la población se busca la vida en las actividades informales y accede a la vivienda a través de la toma ilegal de tierras. El Estado de derecho no regula las interacciones entre ciudadanos. Como analizó Roberto da Matta (1991), los poderosos utilizan la ley de acuerdo a su conveniencia y para los pobres la ley es un peso que constantemente amenaza y del cual tienen que escapar a través de la evasión o de las coimas a los agentes estatales.

En los Estados fallidos las formas de autoridad legal están poco desarrolladas. Los aparatos judiciales y administrativos se encuentran politizados, por lo que la ley puede ser utilizada de manera particularista. Este tipo de relación entre el Estado y la sociedad civil provoca el florecimiento del clientelismo y del populismo como formas de acceso a los recursos y al poder (De la Torre, 2000; Prud'homme, 2001). “El clientelismo es una forma de organización social en la cual el acceso a los recursos sociales está controlado por patrones que los dan a los clientes a cambio de la deferencia y de varias formas de apoyo. Es una forma de organización social particularista y asimétrica y contrasta con la ciudadanía en la cual el acceso a los recursos se basa en criterios universalistas y en la igualdad formal ante la ley” (Hallin y Papathanassopoulos, 2002: 184-185). Los intercambios clientelares se apoyan en etiquetas y rituales del intercambio que regulan lo que se entrega y cómo se entrega (Auyero, 2001; Barozet, 2006). Los partidos políticos, ya sean populistas o no, se asientan en estas redes de intercambio (Auyero, 2001; Burgwall, 1995; Barozet, 2006; Gay, 2006). Además, con el tiempo los intercambios han generado una cultura política en la que los mal llamados “clientes” apuestan a varios intermediarios y apoyan a quien tenga las mayores posibilidades de otorgarles recursos. Por su parte los intermediarios apuestan por los políticos que tengan las mayores posibilidades de ganar para poder seguir solucionando los problemas de sus bases. Esta inestabilidad del apoyo popular a los intermediarios y de estos a los partidos políticos da ciertas ventajas a los pobres, que han aprendido a negociar con varios intermediarios y partidos políticos apostando por quien pueda darles más en cada coyuntura electoral (De la Torre, 2004: 58; Gay, 2006).

Las personas que viven de la transgresión constante de la ley, como señala Chatterjee (2004), no son completamente ignoradas por el Estado, que intenta controlarlas y regularlas no como a ciudadanos, sino como a poblaciones a través de una serie de categorías administrativas tales como la de marginados, invasores de tierras, vendedores ambulantes, etc. Estas poblaciones se relacionan con las agencias estatales negociando políticamente el acceso particularista a recursos ya sea a través de la intermediación de partidos políticos, de las ONG o de sus propias organizaciones. Es así que los “clientes”, los “informales”, los “pobres” a los que se refiere la bibliografía, son poblaciones que, a la vez que son invisibilizadas por el Estado, también tienen sobre-visibilidad. Como señala Julio Aibar, son poblaciones marcadas simultáneamente por la falta y el exceso: “Una carencia de atributos y cualidades que conduce a un exceso de presencia y que quiebra o transgrede las normas y ‘las buenas costumbres’” (Aibar, 2007: 33).

El populismo politiza las humillaciones cotidianas a las que son sometidas estas poblaciones transformando los estigmas, con que son nombrados para ser administrados por las agencias estatales y no gubernamentales, en fuentes de dignidad. El populismo hace que estos sujetos utilizados por la administración del Estado dejen de ser meros receptores de ayuda administrativa y que se conviertan en comunidades con características morales superiores. Los marginados, los informales, los invasores, los pobres se transforman en el pueblo, la nación, la verdadera patria. Es así que durante el peronismo los descamisados argentinos se convirtieron en los auténticos representantes de los valores populares y que las “chusmas” de los opositores de Velasco Ibarra y de Gaitán se transformaron en los baluartes de la verdadera nación.

Tanto el clientelismo como el populismo que se asientan en las falencias de un Estado que infructuosamente intenta regular a la sociedad civil son fenómenos modernos y no reliquias del pasado. Se basan en la inexistencia de un Estado de derecho y en el acceso desigual y particularista a los recursos estatales como favores o privilegios pero no como derechos universales. A diferencia de las prebendas particularistas y de los favores, los derechos se caracterizan por ser: “naturales”, inherentes a los seres humanos; “iguales”, los mismos para todos; y “universales”, pues se aplican en toda situación (Hunt, 2007: 20). Los derechos no pueden ser defi-

nidos para siempre y no son estáticos pues “nuestro sentido de quién tiene estos derechos y cuáles son los derechos cambia constantemente” (Hunt, 2007: 29). Es por esto que Lefort (1986: 260) argumentó que “los derechos son uno de los principios generativos de la democracia”. Sin derechos sólo hay un acceso y acaparamiento particularista de prebendas y privilegios, una falla de la democracia que siempre será cuestionada por los excluidos de los derechos que se encuentran interpelados por los populistas como los baluartes de la nación.

Las contradicciones entre Estados frustrados, particularismos y falta de derechos permiten que periódicamente emerja el populismo, que busca regenerar el ideal democrático pero que, como se analizará en la siguiente sección, se mueve en una línea tenue entre incrementar la participación y la no construcción de instituciones que permitan que se establezcan mecanismos de autoridad legal racional. Sin un Estado que regule exitosamente a la sociedad civil y no la ahogue en el papeleo burocrático de leyes que no se cumplirán, o que se utilizarán para atemorizar selectivamente a la población, el populismo y el clientelismo serán los caminos tanto para dar dignidad a los de abajo como para que los excluidos busquen negociar con el Estado.

### El populismo y la democracia

Margaret Canovan argumenta que el populismo es un componente esencial de la democracia y que “sus fuentes se encuentran en las tensiones al interior del corazón de la democracia” (1999: 2). Si bien la democracia tiene una fase pragmática y administrativa, también tiene una fase redentora. La crítica populista a las élites, los apelativos y glorificación a la gente común dan vitalidad y renuevan el ideal democrático. La fase redentora del populismo está asociada a la glorificación discursiva del pueblo, a su estilo dirigido a la gente común, y a los fuertes sentimientos que motivan a que gente poco interesada en la política o apolítica participe (Canovan, 1999: 4-6).

Chantal Mouffe (2005b) parte de la concepción de Macpherson según la cual en la democracia conviven los principios liberales de pluralismo y

libertades individuales con los principios democráticos de igualdad y de soberanía popular. La difícil convivencia de estos fundamentos provoca un déficit participativo cuando la gente común no se siente representada en las instituciones liberal-democráticas y cuando no encuentra canales para expresar su voluntad. El populismo, que busca renovar el ideal democrático-participativo, se explicaría por las carencias y las fallas de la democracia liberal. En Venezuela, por ejemplo, muchos ciudadanos sintieron que la democracia pactada del Punto Fijo estaba agotada y que se había convertido en un régimen excluyente (Buxton, 2005). En Ecuador, luego de que tres presidentes electos fuesen destituidos por el Congreso con el uso de artimañas legales, muchos ciudadanos percibieron que la democracia estaba secuestrada por las mafias de los partidos políticos tradicionales y que para regenerarse había que elegir a Rafael Correa, un *outsider* que prometió una asamblea constituyente para refundar la política (De la Torre, 2006).

Apelando a las emociones y a la dimensión antagónica de la política que se basa en la distinción entre un nosotros y los otros, el populismo busca regenerar y dar impulso a la máxima herencia de la revolución francesa: que el gobierno debe legitimarse en la voluntad popular (Chattarjee, 2004: 27). El populismo desenmascara los puntos débiles y los silencios del liberalismo sobre todo cuando este transforma la política en la administración pragmática y tecnócrata de lo público. El populismo expresa los antagonismos y las emociones que constituyen la política. Como ha notado Ernesto Laclau (2005; 2005a), el populismo es lo mismo que la política, pues se basa en la construcción de fronteras sociales en las que el pueblo es interpelado en contraposición a un enemigo. Sin antagonismo la política se desvanece en administración y el populismo se basa en los antagonismos que generan identidades populares y permiten la generación de alternativas al orden vigente.

Siguiendo a Carl Schmitt, el populismo representaría la expresión más pura de lo político pues se basa en la distinción entre amigo y enemigo. “Cualquier antítesis religiosa, moral o ética se transforma en política si es lo suficientemente fuerte como para agrupar a los seres humanos en amigos o enemigos” (Schmitt, 2007: 37). Ya que la lógica amigo-enemigo se basa en la premisa de que no comparten ningún campo en común, sea el acuerdo sobre las reglas del juego de la democracia procedimental o un

espacio simbólico compartido en el que se manifiesta el conflicto, el enemigo es “alguien cuyas demandas no son reconocidas como legítimas y que debe ser excluido del debate democrático” (Mouffe, 2005: 50). La democracia para Schmitt se basa en la existencia de un *demos* homogéneo que no acepta el pluralismo y la diversidad de intereses y puntos de vista de una sociedad moderna. Los populismos se asientan en las tensiones entre esta idea schmittiana de democracia, junto con la imposibilidad de construir a la nación como un ente homogéneo (ver el capítulo de Aibar en este libro).

La representación populista se basa en formas directas de comunicación entre el líder y el pueblo (Peruzzotti, s.d.: 7). Los actos de masas donde se aclama plebiscitariamente al líder y las elecciones son los momentos decisivos del pacto representativo populista. El objetivo de los populistas es ganar elecciones y congregarse a la mayor parte de personas en este tipo de actos. La diferencia entre los populismos de antaño y los actuales, sean estos neoliberales o radical-nacionales, se da en parte por las estrategias con las que se pretende ligar directamente al líder con sus seguidores. Además del uso de técnicas convencionales, como son los actos de masas que buscan que el líder y sus seguidores se encuentren en los espacios públicos, actualmente se recurre a los sondeos de opinión pública y, sobre todo, a la televisión.

En un excelente estudio sobre los medios y la política en Israel, Yoram Peri (2004) analiza cómo las lógicas de la televisión y de la política se han fusionado en lo que llama la *Mediapolitik* neopopulista. La lógica de los medios, sobre todo de la televisión, implica la personalización de la política, da énfasis a los elementos emocionales sobre los que motivan a la reflexión y a los elementos dramáticos sobre los que no se resuelven en oposiciones binarias y simples. Los políticos se han tenido que adaptar a la lógica mediática y han aprendido a manipularla con el asesoramiento de los expertos mediáticos. Los medios, por su parte, se han convertido en actores políticos.

Si bien en muchos países de América Latina la política siempre fue personalista y los programas e ideologías contaron menos que las figuras de los políticos como símbolos, en la era de la *Mediapolitik* la dimensión simbólica adquiere características centrales. El juego político que se da en



los medios, sobre todo en la televisión, se centra en la persona pública del político. Es por esto que se invierten tantos recursos para construir la personalidad como el evento central de la política. La política se transforma en una lucha sobre características personales que opacan la distinción entre lo público y lo privado. Lo privado se politiza y lo público se transforma en peleas sobre las características personales de los políticos o de los personajes mediáticos y periodísticos. Sin embargo, los cambios impulsados por la fusión de la lógica de la televisión con la de la política no significan necesariamente la banalización de la política. En la elección presidencial ecuatoriana del 2006, si bien la disputa se centró en gran medida en la televisión y alrededor de las personalidades de los políticos, la política no se trivializó. Álvaro Noboa y Rafael Correa presentaron opciones de políticas públicas muy diferentes. Mientras Noboa prometió la integración a la globalización, Correa ofreció el “socialismo del siglo XXI”, entendido como una mezcla de políticas distributivas y nacionalistas y un nuevo pacto social a través de una asamblea constituyente que prometía refundar el sistema político.

Ya que la política se basa en las luchas sobre personalidades, los gobernantes se embarcan en campañas permanentes en que cada acto de gobierno es un acto proselitista (Conaghan y De la Torre, 2008.). La lógica de la confrontación reemplaza a la lógica de los pactos que deberían caracterizar las acciones de gobernar. En estas luchas los presidentes tienden a estar siempre presentes en los medios, mientras que los medios luchan por demostrar que el político no es creíble y es un fraude. Estas disputas contribuyen a ilegitimar las instituciones de la democracia representativa.

A diferencia de la democracia liberal, que se basa en el gobierno de la mayoría pero no en la unanimidad de opiniones e intereses, en el populismo no existe un campo reconocido para expresar la disensión. El populismo busca “la unión y la identidad total entre un representante y aquellos que buscan ser representados” (Plotke, 1997: 28). Quienes no son parte de los seguidores que aclaman al líder son invisibilizados, silenciados, no son tomados en cuenta y pueden ser reprimidos (Urbinati, 1998: 116-119). Es por esto que el populismo puede representar la negación de la política, pues imagina una identidad única del pueblo que se expresa en la figura del líder (Panizza, 2005; Urbinati, 1998).

Ya que el pueblo no puede auto-representarse y auto-constituirse, pues no está ahí como un dato empírico, sino que es una relación de posicionamientos construidos, no se puede evitar el supuesto de que siempre se necesitará de expertos o de élites que expresen, articulen, descubran y glorifiquen lo que ellos consideran como la esencia de lo popular. Esta búsqueda del pueblo no sólo da legitimidad a quienes se autoproclaman como sus representantes, también se basa en la exclusión de quienes no son pensados dentro del campo de lo popular y que, por lo tanto, son parte del enemigo, o simplemente no existen para el imaginario y discurso político populista.

Al promover visiones sustantivas de la democracia, entendidas como la expresión de la voluntad homogénea del pueblo, como la expresión de la solidaridad comunal del cuerpo ciudadano o, en la perspectiva de Schmitt, como la identificación total entre el líder y sus seguidores, se desconocen y no se respetan el pluralismo, los procedimientos parlamentarios ni el Estado de derecho (Arato, 2000: 939-941). Las visiones sustantivas de la democracia están relacionadas con formas autoritarias, que a nombre de la legalidad sustantiva de la democracia, destrozan y pasan por alto el marco normativo existente que es visto como un impedimento para que se exprese la voluntad popular encarnada en el líder. Esta actitud instrumental ante las leyes “reduce los mecanismos constitucionales a un medio que sirve al poder político y el uso repetido de medidas y prácticas extra-institucionales debilita la autoridad del Estado y del sistema legal” (Peruzzotti, 1997: 101).

El populismo representa simultáneamente la regeneración de los ideales participativos y de igualdad de la democracia, así como la posibilidad de negar la pluralidad de lo social sin la cual el ideal democrático puede degenerar en formas autocráticas y plebiscitarias de aclamación a un líder construido como la encarnación del pueblo y de la nación. Las ambigüedades del populismo, que van desde la democratización hasta el autoritarismo, son evaluadas, en gran medida, a partir de la posición de quienes analizan estos fenómenos. Es así que, por lo general, quienes escriben sobre el populismo como “redención democrática” lo hacen desde países con instituciones sólidas. La evaluación tiende a cambiar, como anota Jean François Prud’homme (2001: 63), cuando se evalúa la realidad desde países en los cuales los rasgos autoritarios tienen mayores posibilidades de establecerse por la falta de instituciones fuertes que los contrarresten.

## Conclusiones

Este recorrido por las diferentes interpretaciones y visiones del populismo permite concluir que el populismo no puede ser visto ni como una etapa en la modernización de la sociedad ni como una anomalía. El populismo es parte constitutiva de la modernidad latinoamericana. Esto significa que las formas de participación y representación articuladas a través de discursos populistas fueron los mecanismos a través de los cuales se dio la primera incorporación de los excluidos a la política. También significa que estas formas discursivas, de representación y de participación han sido los mecanismos utilizados para buscar la incorporación de nuevos ciudadanos. En lugar de buscar una modernidad basada en una idealización de los patrones occidentales me parece que hay que analizar los rasgos de las modernidades populistas latinoamericanas.

El populismo es una estrategia política y un estilo de hacer política que radicaliza las contradicciones sociales entre la élite y “los de abajo”. El nivel de polarización variará en diferentes experiencias, por lo que el populismo se manifiesta en diversos grados de polarización y de creación de antagonismos que van desde lo político hasta lo social. El análisis de los rituales discursivos es fundamental para comprender cómo se generan estas identidades y los niveles de polarización de diferentes experiencias populistas. Analizar los populismos como rituales no significa desconocer sus formas mediáticas. Lo importante es estudiar tanto los discursos de los líderes como los de sus seguidores y opositores. El estudio de los eventos discursivos populistas ayuda a desentrañar su carácter colectivo. Los discursos de los líderes son en gran medida respuestas a los estigmas usados por la oposición para descalificarlos, en medio de coyunturas de fuerte polarización. Los líderes además incorporan en sus discursos las intervenciones y respuestas de sus seguidores.

Las subjetividades e identidades populistas se generan en los rituales políticos de los actos de masas, a través de la repetición de imágenes y eslóganes en los medios electrónicos y de los intercambios clientelares entre las maquinarias partidistas y los pobres. Si bien los medios son cada vez más importantes en las estrategias de los líderes para buscar contacto inmediato con los ciudadanos, esto no nos autoriza para declarar el fin de la polí-

tica deliberativa. Más bien estamos ante una agenda de investigación para entender cómo se combinan las formas tradicionales de hacer política con las formas mediáticas. Se deben estudiar cómo se combinan los apelativos emocionales con los emotivos en coyunturas concretas. Tampoco se puede asumir que las estrategias mediáticas populistas siempre funcionan. Más bien hay que analizarlas en contextos en los cuales son mediadas por las respuestas e iniciativas de las organizaciones de la sociedad civil y de quienes construyen noticias y configuran la opinión pública.

Si bien el populismo motiva para que los excluidos y los apáticos participen, las visiones sustantivas de la democracia, entendidas como la voluntad homogénea del pueblo o como la identificación entre el líder y la nación, desconocen el pluralismo y los procedimientos del Estado de derecho. Es por esto que el populismo es una forma de incorporación política que ha mostrado, al mismo tiempo, rasgos democratizadores y autoritarios. A la vez que regenera la democracia, politiza las desigualdades sociales y las humillaciones cotidianas de los pobres y de los no blancos, el populismo puede generar formas de representación que niegan las diversidades de la sociedad en la anti-utopía de la fusión del pueblo con la voluntad de un líder, reduciendo lo popular a su sola expresión personal. De este modo, el populismo se mueve entre la ambigüedad de pensamiento que imagina la sociedad como una comunidad con intereses homogéneos y la radical politización de las exclusiones.

Mientras los Estados latinoamericanos continúen fallando en sus intentos por regular la sociedad civil, y no se consoliden las instituciones que garanticen un Estado de derecho, el populismo se negará a desaparecer. Los estigmas creados por las agencias estatales y no gubernamentales y la humillación cotidiana de los excluidos podrán ser politizados por líderes populistas. Pero, si es cierto que se busca devolver la dignidad a las poblaciones estigmatizadas, también existe el peligro de construir autoritariamente y desde el poder identidades populares. Los excluidos por su parte pueden presionar para incluir sus propias agendas, que en muchos casos superan las expectativas y las acciones desde el poder (Wolfe, 1994; Ellner, 2005). Si no se construyen instituciones que garanticen la igualdad ante la ley y la creación de ciudadanía el populismo continuará abnando su continua re-emergencia.

## Referencias

- Aibar, Julio (2007). "La miopía del procedimentalismo y la presentación populista del daño", en Julio Aibar, ed., *Vox Populi. Populismo y democracia en Latinoamérica*. México: FLACSO: 19-55.
- \_\_\_\_\_ ed. (2007a). *Vox Populi. Populismo y democracia en Latinoamérica*. México: FLACSO.
- Álvarez Junco, José (1990). *El Emperador del Paralelo. Lerroux y la Demagogia Populista*. Madrid: Alianza Editorial.
- Arato, Andrew (2000). "Good-bye to Dictatorships?", en *Social Research*, Vol. 67, N 4: 925-955.
- Auyero, Javier (2001). *Poor People's Politics*. Durham y Londres: Duke University Press.
- Barozet, Emmanuelle (2006). "Relecturas de la noción de clientelismo: una forma diversificada de intermediación política y social", en *Ecuador Debate*, N. 69 (diciembre): 103-48.
- Boas, Taylor (2005). "Television and Neopopulism in Latin America: Media Effects in Brazil and Peru", en *Latin American Research Review*, Vol. 40, N. 2: 27-50.
- Brader, Ted (2006). *Campaigning for Hearts and Minds. How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Burbano de Lara, Felipe, ed. (1998). *El Fantasma del Populismo. Aproximación a un tema [siempre] actual*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Burgwall, Gerrit (1995). *Struggle of the Poor. Neighborhood Organization and Clientelist Practice in a Quito Squatter Settlement*. Tesis doctoral no publicada, University of Amsterdam.
- Buxton, Julia (2005). "Venezuela's Contemporary Political Crisis in Historical Context", en *Bulletin of Latin American Research*. Vol. 24, N. 3.
- Canovan, Margaret (1999). "Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy", en *Political Studies*, N. 47: 2-16.
- Castañeda, Jorge (2006). "Latin America's Left Turn", en *Foreign Affairs*. Vol. 85, N. 3: 28-42.
- Centeno, Miguel Ángel y Alejandro Portes (2006). "The Informal Economy in the Shadow of the State", en Patricia Fernández-Kelly y

- Jon Shefner, eds., *Out of the Shadows. Political Action and the Informal Economy in Latin America*. University Park: The Pennsylvania University Press, pp. 23-49.
- Centro Andino de Acción Popular, ed., (2004). *Releer los Populismos*. Quito: CAAP.
- Chatterjee, Partha (2004). *The Politics of the Governed. Reflections on Popular Politics in Most of the World*. Nueva York: Columbia University Press.
- Collins, Randal (2004). *Interaction Ritual Theories*. Princeton: Princeton University Press.
- Conaghan, Catherine (2005) *Fujimori's Peru. Deception in the Public Sphere*. Pittsburgh: The University of Pittsburgh Press.
- Conaghan, Catherine y Carlos de la Torre (2008). "The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's Plebiscitary Presidency", en *International Journal of Press/Politics*. (En prensa).
- Conniff, Michael, ed. (1999). *Populism in Latin America*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.
- DaMatta, Roberto (1991). *Carnivals, Rogues, and Heroes. An Interpretation of the Brazilian Dilemma*. Notre Dame: University of Notre Dame.
- Dayan, Daniel y Elihu Katz (1992). *Media Events. The Live Broadcast of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Degregori, Carlos Iván (2001). *La Década de la Antipolítica. Auge y huída de Alberto Fujimori y Alberto Montesinos*. LIMA: IEP.
- De Ípola, Emilio (1983). *Ideología y Discurso Político*. Buenos Aires: Folios Ediciones.
- De la Torre, Carlos (1996) *¡Un Solo Toque! Populismo y Cultura Política en Ecuador*. Quito: CAAP.
- \_\_\_\_\_ (1999). "Neopopulism in Contemporary Ecuador: The Case of Bucaram's Use of the Mass Media", en *International Journal of Politics, Culture and Society*. Vol. 12, N. 4: 555-571.
- \_\_\_\_\_ (2000) *Populist Seduction in Latin America*. Athens: Ohio University Press.
- \_\_\_\_\_ (2004). "Un balance crítico a los debates sobre el nuevo populismo", en Centro Andino de Acción Popular, ed., *Releer los Populismos*. Quito: CAAP. pp. 51-71.

- \_\_\_\_\_ (2006). “Escenificaciones, redes y discursos en la segunda vuelta electoral”, en *Ecuador Debate*, N. 69: 37-50.
- \_\_\_\_\_ (2007) “The Resurgence of Radical Populism in Latin America”, en *Constellations*, Vol. 14, N. 3: 384-397.
- \_\_\_\_\_ (2008) “Populismo y liberalismo: ¿dos formas de entender y vivir la democracia?”, en Carlos de la Torre y Mireya Salgado, eds., *Galo Plaza y su Época*. Quito: FLACSO y Fundación Galo Plaza Lasso, pp. 29-61.
- Demmers, Jolle, Gilberto Fernández y Bárbara Hogenboom (2001). *Miraculous Metamorphoses. The neoliberalization of Latin American Populism*. London: Zed Books.
- Drake, Paul (1999). “Chile’s Populism Reconsidered, 1920’s-1990’s”, en Michael Conniff, ed., *Populism in Latin America*. Tuscaloosa: University of Alabama Press, pp. 63-75.
- Ellner, Steve (2005). “Revolutionary and Non-Revolutionary Paths of Radical Populism: Directions of the *Chavista* Movement in Venezuela”, en *Science & Society*. Vol. 69, N. 2: 160-190.
- Fernández-Kelly, Patricia y Jon Shefner, eds. (2006). *Out of the Shadows: Political Action and the Informal Economy in Latin America*. University Park: The Pennsylvania University Press.
- Freidenberg, Flavia (2007). *La Tentación Populista. Una vía al poder en América Latina*. Barcelona: Síntesis.
- Freidenberg, Flavia y Steven Levitsky (2006). “Informal Institutions and Party Organizations in Latin America”, en Gretchen Helmke y Steven Levitsky, eds., *Informal Institutions and Democracy. Lesson from Latin America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, pp. 178-201.
- Gay, Robert (2006). “The even more difficult transition from clientelism to citizenship: lessons from Brazil”, en Patricia Fernández-Kelly y Jon Shefner eds., *Out of the Shadows: Political Action and the Informal Economy in Latin America*. University Park: The Pennsylvania University Press, pp. 195-219.
- Germani, Gino (1971). *Política y Sociedad en una Época de Transición*. Buenos Aires: Paidós.

- Hallin, Daniel y Stylianos Papathanassopoulos (2002). “Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective”, en *Media, Culture and Society*, N. 24: 175-195.
- Hermet, Guy, Soledad Loaeza y Jean François Prud’homme, eds. (2001). *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos*. México: El Colegio de México.
- Hunt, Lynn (2007). *Inventing Human Rights. A History*. New York: W.W. Norton & Company.
- Ianni, Octavio (1975). *La Formación del Estado Populista en América Latina*. México: ERA.
- Knight, Alan (1998). “Populism and Neopopulism in Latin America, especially Mexico”, en *Journal of Latin American Studies*, N. 30: 223-48.
- Laclau, Ernesto (1977). *Politics and Ideology in Marxist Theory*. London: Verso.
- \_\_\_\_\_ (2005a). *La Razón Populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- \_\_\_\_\_ (2005b). “Populism: What’s in a name?”, en Francisco Panizza, ed., *Populism and the Mirror of Democracy*. London: Verso, pp. 32-50.
- Lawson, Chappell (2002). *Building the Fourth Estate. Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, Berkeley: University of California Press.
- Lefort, Claude (1986) “The Image of the Body and Totalitarianism”, en Claude Lefort, *The Political Forms of Modern Society*. Cambridge: MIT Press.
- Mackinnon, María Moira y Mario Alberto Petrone, eds. (1998). *Populismo y neopopulismo en América Latina. El problema de la cenicienta*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Menéndez-Carrión, Amparo (1986). *La Conquista del Voto en el Ecuador. De Velasco a Roldós*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Mouffe, Chantal (2005a). *On the Political*. London: Routledge.
- \_\_\_\_\_ (2005b). “The ‘End of Politics’ and the Challenge of Right Wing Populism”, en Francisco Panizza, ed., *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso, pp. 50-72.

- Murmis, Miguel y Juan Carlos Portantiero (1971). *Estudio sobre los orígenes del peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Novaro, Marcos, y Vicente Palermo (1996). *Política y Poder en el Gobierno de Menem*. Buenos Aires: FLACSO-Norma.
- Nun, José (1994). “Populismo, representación y menemismo”, en *Sociedad*, N. 5: 93-121.
- Ostiguy, Pierre (2007). “Syncretism in Argentina’s party System and Peronist Political Culture”, en Dennis Galvan y Rudra Sil, eds., *Reconfiguring Institutions Across Time and Space. Syncretic Responses to Challenges of Political and Economic Transformation*. New York: Palgrave Press, pp. 83-113.
- Panizza, Francisco (2005). “Introduction: Populism and the Mirror of Democracy”, en Francisco Panizza, ed., *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso, pp. 1-32.
- \_\_\_\_\_ (2005a). *Populism and the Mirror of Democracy*. Londres: Verso.
- Pereyra, Guillermo (2007). “La razón populista o el exceso liberal de la teoría de la hegemonía”, en Julio Aibar Gaete, ed., *Vox Populi. Populismo y democracia en Latinoamérica*. México: FLACSO, pp. 169-213.
- Peri, Yoram (2004). *Télepopulism. Media and Politics in Israel*. Stanford: Stanford University Press.
- Peruzzotti, Enrique (1997). “Civil Society and the Modern Institutional Complex: The Argentine Experience”, en *Constellations*. Vol. 4, N. 1: 88-94.
- \_\_\_\_\_ (s.d.) “Two Approaches to Representation”, en *Cuadernos de Investigación Social. Departamento de Ciencias Sociales*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Plotke, David (1997). “Representation is Democracy”, en *Constellations*. Vol. 4, N. 1: 19-35.
- Prud’homme, Jean François (2001). “Un concepto evasivo: el populismo en la ciencia política”, en Guy Hermet, Soledad Loaeza, y Jean François Prud’homme, eds., *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos*. México: El Colegio de México, pp. 35-65.

- Roberts, Kenneth (1995). “Neoliberalism and the Transformation of Populism in Latin America. The Peruvian Case”, en *World Politics*, N. 48 (octubre): 82-116.
- Sarlo, Beatriz (1995). “Argentina under Menem: The Aesthetics of Domination”, en Fred Rosen y Deidre McFayden, eds., *Free Trade and Economic Restructuring in Latin America*. Nueva York: Monthly Review Press, pp. 253-263.
- Schedler, Andreas (1997). “Introduction: Antipolitics-Closing and Colonizing the Public Sphere”, en Andreas Schedler, ed., *The End of Politics? Explorations into Modern Antipolitics*. Nueva York: St. Martin’s Press, pp. 1-21.
- Schmitt, Carl (2007). *The Concept of the Political*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Torre, Juan Carlos, ed. (1995). *El 17 de Octubre 1945*. Buenos Aires: Ariel
- Urbinati, Nadia (1998). “Democracy and Populism”, en *Constellations*. Vol. 5, N. 1: 110-125.
- Weyland, Kurt (1996). “Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: Unexpected Affinities”, en *Studies in Comparative International Development*. Vol. 31, N. 3: 3-31.
- \_\_\_\_\_ (2003). “Neopopulism and Neoliberalism in Latin America: how much affinity?”, en *Third World Quarterly*. Vol. 24, N. 6: 1095-1115.
- \_\_\_\_\_ (2004). “Clarificando un concepto: el populismo latinoamericano en el estudio de la política latinoamericana”, en Centro Andino de Acción Popular, ed., *Releer los Populismos*. Quito: CAAP, pp. 9-51.
- Wolfe, Joel (1994). “‘Father of the Poor’ or ‘Mother of the Rich’? Getúlio Vargas, Industrial Workers, and Constructions of Class, Gender, and Populism in São Paulo, 1930-1954”, en *Radical History Review*, N. 58: 80-112.