

## REVISITANDO EL SÍNTOMA DEL "POPULISMO"

GUILLERMO OLIVERA

### 1. INTRODUCCIÓN

En la Argentina de los años noventa, frente a la así llamada "crisis de credibilidad y representatividad política", y ante el espacio vacío dejado a la participación popular por el sistema político, los medios han tendido cada vez más a asumir esas funciones en su relación con una sociedad civil convertida así en público o audiencia. Como en cualquier democracia mediática del capitalismo tardío, surgen los que se podría designar "populismos mediáticos", "telepopulismos" o "videopopulismos" (Taguieff 1995: 42, 43) dentro de los cuales la televisión ocupa un lugar reconocidamente central.

En este contexto, la crítica cultural argentina y latinoamericana reconoce en los medios un espacio problemático principal, en la medida en que es en ellos donde parecen jugarse actualmente las relaciones entre las esferas de la política y la cultura, y ciertos procesos propios de la democracia en tanto experiencia colectiva. El término "populismo" ha retornado al discurso de los intelectuales en relación con los peligros y legitimidades que el elemento mediático estaría produciendo sobre las democracias latinoamericanas. La hipótesis subyacente es que la "mediatización"<sup>1</sup> (Verón 1986, 1992) —los medios en tanto "formas culturales" o "tecnologías en uso" (Williams 1974)— produce efectos sobre la democracia, sobre sus dimensiones culturales y políticas. Este artículo tiene por objetivos: 1) señalar la *recurrencia* del

término “populismo” (“neopopulismo”, “telepopulismo”, etc.) como *sintomática* en el discurso intelectual latinoamericano (en teoría política, ciencias sociales y estudios culturales), en la medida en que remite a núcleos problemáticos específicos a los procesos de la hegemonía política y cultural en la región; 2) a partir de la bibliografía existente en el campo del análisis del discurso político (De Ipola, Verón, Sigal, Laclau, Panizza), contribuir a esbozar una posible sistematización del “populismo” como *lógica discursiva específica* a la vez que como conjunto de operaciones retóricas, susceptible de ser articulada a diferentes configuraciones ideológicas y 3) destacar algunos aspectos de la dimensión mediática de los populismos latinoamericanos, con especial referencia a las operaciones críticas de las que ha sido objeto el vínculo entre la categoría de *lo popular* y el proceso de mediatización por parte de los estudios culturales latinoamericanos. La hipótesis subyacente es que la *dimensión mediática* no es sólo crucial sino *constitutiva* de los populismos latinoamericanos.

## 2. EL ESPECTRO DEL POPULISMO

El populismo, en realidad, parece haber sido siempre un problema producido *en sede intelectual*, a propósito de cuestiones tanto culturales como políticas. La noción de “populismo”, más que explicar procesos, parece indicar puntos ciegos o agujeros negros tanto en las teorías de la cultura como en la reflexión política. El concepto de “populismo” parece presentarse como una *coartada* que los propios intelectuales producen, pero que ellos mismos se muestran incapaces de resolver. Exceso de “la realidad” que, producido por la teoría, simultáneamente la excede.

La recurrencia sintomática del término populismo, produciéndose como ilusión, apariencia o “espejismo conceptual” (Taguieff 1995), estaría señalando el polo del exceso como distancia negativa respecto de la transparencia democrática. La singularidad del espectro del populismo residiría en su capacidad de interpelar a los intelectuales en su condición de intelectuales, en aquello que constituye a la vez que amenaza su propia identidad: el elemento popular como su exterior constitutivo. Esto ha alcanzado el estatuto de evidencia en el caso de las tendencias actuales en los estudios culturales —las acusaciones de populismo cultural y de culturalismo son dominantes en el campo—, en tanto que en teoría política los efectos de esta interpelación del “populismo” tienden a enunciarse desde fines de la década de 1960 en el registro del “espectro” (Ionescu y Gellner 1969: 1), la atribución “elusiva” por “ilusión o apariencia” conceptual (Laclau 1977), el agujero negro de la teoría

política y el “espejismo conceptual” (Taguieff 1995). Especialmente en estudios culturales, la problematización de la categoría de “populismo” se inscribe como punto de inflexión que la teoría parece trazar —con carácter de centralidad en los debates actuales— a propósito de los medios y de la cultura de masas, en tanto que en teoría política sólo algunos análisis la relacionan con procesos de mediatización como la “videopolítica”, el “telepopulismo” o el “ágora electrónica” (Taguieff 1995).

En teoría política, Laclau (1977) lo conceptualiza como la forma según la cual el elemento popular democrático —al que designa, siguiendo a Lacan y Althusser, “interpelación”— se articula a configuraciones ideológicas diversas y aun divergentes entre sí basándose en su antagonismo específico: pueblo frente a Estado o bloque en el poder, y se lo hace funcionar en una cadena de equivalencias tendencialmente infinita. Pero, entonces, el término “populismo” ya no designaría una reivindicación de un sujeto histórico específico (el pueblo) sino una forma de intervención hegemónica que opera una redistribución topológica del campo político según un doble proceso (Laclau 1998a): 1) un momento de *antagonismo*, que construye una exterioridad respecto del “poder” (del Estado y de las instituciones políticas; aquí residiría el carácter “antiinstitucional” —exterior a la política— del populismo); 2) un momento *equivalencial*, la sociedad civil como ese espacio en cuyo interior se producen cadenas de equivalencias entre diferentes sujetos no articulados a configuraciones ideológicas específicas.

En los estudios culturales, el “populismo” parece señalar más una operación de la teoría o una deformación metodológica que una condición material e histórica concreta de los objetos que analiza. En este sentido, la sociología de la cultura ha acuñado términos como “sociología espontánea” (Bourdieu, Chamboredon y Passeron 1988) y “populismo”, mientras los estudios culturales suelen hablar de “populismo cultural” (McGuighan 1992) como punto extremo de un continuo que pasaría por el relativismo cultural y el culturalismo. Así, en estudios culturales podría hablarse de populismos de las identidades y grupos subalternos, sean estos estadísticamente mayoritarios o minoritarios y fragmentados. El término “populismo” circula en el campo de los estudios culturales como acusación de despolitización de la teoría y de sus propuestas de intervención político-cultural.

En esta instancia, habría entonces que distinguir dos niveles de análisis: a) el populismo como condición material histórica concreta (el peronismo, el varguismo, los “neopopulismos” latinoamericanos del presente, etc.); b) el populismo como problema operacionalmente construido por la teoría: en este nivel, el populismo ya no es un atributo de ciertos procesos históricos concretos ni de determinados materiales de la cultura, sino un conjunto de ope-

raciones de atribución, una guerra de posiciones o corrientes teóricas que se produce como “exceso” de la teoría. Aquí, otra vez, el “populismo” es un término-índice en la medida en que *señala* —y no simplemente representa— ese exceso de “la realidad” que, producido por la teoría, los intelectuales se muestran incapaces de resolver. Es precisamente en el *carácter indicial* de su funcionamiento retórico-discursivo —antes que en su ambigüedad conceptual y equívocidad referencial— donde reside su interés teórico y su posible productividad analítica.

El populismo tiene una larga historia en América latina. En el campo político, el término “populismo” ha sido empleado insistentemente para definir o para caracterizar ciertos movimientos de masas e ideologías políticas específicamente latinoamericanos como el peronismo, el varguismo y el aprismo, con sentido peyorativo: enunciado en tercera persona, se lo asigna a un “otro político” distinto del colectivo de identificación al que pertenece el enunciador, y circula como forma de deslegitimar al adversario en términos políticos o morales; el término “populismo” connota casi siempre manipulación y pura retórica. Atribuido a los procesos más heteróclitos y aun divergentes entre sí y formulado desde los más diversos lugares de enunciación, la recurrencia del fantasma del populismo parece estar en relación inversa a su grado de definición lógico-semántica y contrastar con la precisión y univocidad de una categoría analítica. Término *elusivo*, entonces, pero pertinazmente *recurrente*, dirá Ernesto Laclau, cuyo “fundamento analógico” (Laclau 1977: 165) sería la referencia común a otro término igualmente elusivo —“pueblo”— y a la serie de rasgos que le están connotativamente asociados:

El populismo no es simplemente una categoría analítica, sino un dato de la experiencia; es *ese algo común* que se percibe como componente de movimientos de base social totalmente divergente. Y aun cuando fuera una pura *ilusión o apariencia* habría que explicar la “ilusión” o “apariencia” en cuanto tales. (Laclau 1977: 146)

*Elusividad* de un concepto: el populismo sería una especie de coartada que desvía y distorsiona el camino directo al referente, estratagema, en fin, de la que se sospecha ilusión, apariencia y engaño.

Peter Worsley (1970) plantea la necesidad de explicitar “ese algo común” que designa el término especificando cuáles son esos “atributos cruciales” que hacen que a “movimientos con rasgos muy diferentes, separados en el espacio, el tiempo y la cultura, se los subsuma consciente y analíticamente bajo la misma rúbrica, ‘populistas’, pese a las variaciones en sus otras características” (1970: 219). Porque lo importante es que “desde el momento en que

la palabra *ha* sido usada, la existencia de *humo verbal* bien puede indicar un *fuego* en alguna parte” (Worsley 1970: 219).

Me interesa retener esta idea de la figura de un índice que no se limita simplemente a nombrar o representar en forma objetiva y desde una exterioridad ciertos fenómenos o procesos sociales a los que se lo atribuye: los populismos realmente existentes. Esto se debe a que la operación de atribución que un término-índice como el “populismo” efectúa no es enteramente exterior al sujeto que lo enuncia ni al objeto de su atribución; por el contrario, la propia operación de atribución contribuye a construir el “populismo” como problema. En este sentido, comprender la problemática del “populismo” implica no sólo especificar los *atributos* a los que parece referir, sino analizarlos, al decir de Foucault (1980), en el acontecimiento de su retorno: hacer emerger el mapa enunciativo que trazan las *operaciones de atribución* en tanto articuladas a conjuntos discursivos específicos. Porque, como precisa Laclau, “la posible vaguedad del concepto no se equipara sin duda alguna con *la importancia de su función atributiva*” (Laclau 1998a: 1).

Otro rasgo del populismo que llama la atención es su *permanencia* en el tiempo. Si las ideologías y los movimientos políticos nacen y mueren, se suceden históricamente unos a otros, los elementos populistas siempre parecen estar ahí: reaparecen permanentemente. De hecho, esto puede explicarse porque, como señala Laclau, el populismo no se define como un movimiento político ni como una ideología específica sino que es un *elemento abstracto* susceptible de ser articulado discursivamente a las ideologías, movimientos políticos y procesos sociales más divergentes. Laclau lo designa “interpelación popular-democrática” (1977: 144) o “elemento popular-democrático” (1977: 167), y es abstracto en la medida en que puede ser articulado a cualquier discurso ideológico concreto. En consecuencia, lo específicamente populista de un discurso estaría dado por la “presencia de interpelaciones popular-democráticas en su antagonismo específico” (1977: 167), esto es, en su antagonismo con el Estado o bloque en el poder.

Los populismos no pueden definirse, por consiguiente, como simples formas desviadas o corruptas de la democracia.

### 3. LA BASE ANALÓGICA COMÚN DE UN CONCEPTO ELUSIVO: LA LÓGICA DISCURSIVA DEL POPULISMO

Intentaré sistematizar la *especificación de atributos* que el análisis del discurso político ha detectado como típicos de la discursividad populista: aquellas regularidades enunciativas comunes a los populismos más diversos. La hi-

pótesis es que se puede reconocer una regularidad o lógica discursiva que funciona como “base analógica” (Laclau 1977: 165) común que hace factible que el populismo emerja como atributo a propósito de fenómenos tan heterogéneos como ciertos movimientos políticos populares del período 1930-1960 o las formas neopopulistas o “telepopulistas” (Taguieff 1995: 42) de la política de los años noventa; los primeros basados, desde el punto de vista de su apoyatura mediática, en la radio, el cine popular y el contacto presencial entre líderes y pueblo; las segundas, en la televisión y la videopolítica.

El análisis del discurso político, de larga tradición en la Argentina, ha trabajado este “elemento abstracto” que definiría lo específicamente populista de un discurso —a partir de corpus generalmente constituidos por discursos peronistas— como un conjunto de invariantes enunciativas, con notable rigor en los trabajos de De Ipola (1983), Sigal y Verón (1986), Laclau (1977, 1998a) y Panizza (2000a, 2000b). A partir de lo teorizado por dicha tradición analítica y de un trabajo de análisis de discursos políticos y periodísticos en la televisión argentina de la década de 1990, he intentado trazar las líneas de enunciación y visibilidad que definirían al populismo concebido así como una singular *configuración enunciativa* articulable (como momento) a diversas formaciones ideológicas concretas o dispositivos discursivos específicos. Los elementos centrales de esta configuración trazan el mapa de una topología política que distribuye posiciones de sujeto en torno a la oposición espacial interioridad-exterioridad:

1) El *distanciamiento respecto de “la política”*, sociedad política, Estado o bloque en el poder (De Ipola 1983; Sigal y Verón 1986). Esta característica corresponde al *antielitismo* (Laclau 1998a) y al *antiinstitucionalismo* del discurso populista, identificando a las elites con la política institucionalizada y con “la política” en tanto que tal.<sup>2</sup> Esta operación discursiva supone una dicotomización simbólica del espacio social en dos campos, los de abajo (el pueblo o la sociedad civil) y los de arriba (el otro negativo del pueblo), que estructura el principal antagonismo social como un antagonismo específicamente *popular*: sociedad política o sociedad civil, esta última identificada con el pueblo. Este es el elemento *antagónico* específico de la lógica discursiva populista (no reductible a otras lógicas de la discursividad política como la liberal o la socialista, etc.), que presupone la estrategia de producir un agente social popular en una posición enunciativa de exterioridad respecto de la política institucionalizada: “la política de la antipolítica” (Panizza 2000b: 180).

2) La *posición hermenéutica privilegiada respecto del “real-social”*, garantizada por estrategias de transparencia y por procedimientos de producción de evidencias: la realidad de lo social sedimentado como opuesta a la ficción de la política (De Ipola 1983: 125-126). Como estrategia discursiva, aspira a

la unidad simbólica del pueblo a través de la construcción de una “cadena de equivalencias” (Laclau y Mouffe 1985: 147-154). Las estrategias populistas mediáticas actuales tales como el uso de la representación socioestadística —los sondeos de opinión y el televoto— y de las experiencias y testimonios presenciales —la lógica mediática de mostrar el costado humano de sufrimientos y demandas a través de casos individuales— pueden considerarse desde esta perspectiva. La representación estadística como la presentación de los casos individuales son modos de producir a la gente, al pueblo o a la audiencia como puro dato objetivo o como crudo *pathos* subjetivo. En ambos casos, se trata de estrategias discursivas que apuntan a producir lo popular como *evidencia social* en su transparencia objetivante o subjetivante.

3) La *dualidad y ambivalencia topológica* del enunciador populista respecto del sujeto popular (el pueblo, lo popular, la gente o aun el público): el enunciador populista está, a diferencia de las instituciones políticas formales y de los políticos profesionales, mucho más próximo a la gente porque es *parte* de ella. Los efectos de *proximidad y transparencia* (De Ipola 1983: 122-139) del discurso populista tienden a cancelar o suspender la distancia simbólica intrínseca a toda representación política y a denegar la opacidad constitutiva del lazo simbólico entre representantes y representados. Pero al mismo tiempo, el discurso populista presupone que la voz del líder o del mediador expresa los auténticos sentimientos y demandas populares sin ser completamente la voz del pueblo o de la gente: crea una *diferencia* entre la voz popular del líder y el pueblo, que sólo podría hablar a través de su líder. Hay un doble vínculo (De Ipola 1983) que sería característico del discurso populista: en sus mensajes, el enunciador populista tiene que afirmar al mismo tiempo “soy como tú” y “no soy como tú” (Sarlo 1996: 153).

Esas tres estrategias discursivas parecen ser las operaciones fundamentales de toda discursividad populista. Los elementos centrales de esta configuración diseñan una topología política que redistribuye diferentes posiciones de sujeto alrededor del espacio social. En un dispositivo semejante se trata de producir simultáneamente una *exterioridad* (respecto del poder y de la política legitimada) y una *interioridad* (el pueblo o la gente como inmanencia de lo real-social sedimentado, exterior al poder y a la política institucionalizada). De modo que, por un lado, con la producción de un “fuera del poder”, el discurso populista construye discursivamente su antagonismo específico en relación con el Estado, las figuras públicas y el bloque en el poder; por el otro, con el emplazamiento enunciativo en lo “real social” como espacio de una presencia plena que presentaría “sin mediaciones” la voz del pueblo o de la sociedad civil, se articulan las interpelaciones popular-democráticas como propias, espontáneas y comunes entre enunciador y destinatario: se trata de la

producción de una espontaneidad democrática. Por medio de esta configuración espacial, el discurso populista apunta a producir efectos de transparencia: la operación populista consistiría en reponer o restituir una sustancia —el pueblo, lo popular, lo espontáneamente democrático— y en afirmar su naturaleza *social* como opuesta y exterior al poder y a la política institucionalizada. Según el discurso populista, el cuerpo social popular es fundamentalmente no político, y, paradójicamente, sólo podrá adquirir fuerza política en la medida en que acceda a un umbral *antipolítico*, esto es, en la medida en que exprese su antagonismo respecto de *la* política (institucionalizada) como aquella esfera engañosa y corrupta de la sociedad.

#### 4. LAS DEMOCRACIAS MEDIÁTICAS Y LAS PARADOJAS DE SUS CONFIGURACIONES APORÉTICAS: POPULISMOS “TECNO”, POPULISMOS SIN PUEBLO

Los medios siempre han desempeñado un papel central en la constitución de los sujetos políticos en los procesos populistas. Considero relevante señalar algunas diferencias cruciales en el papel que esta dimensión mediática ha cumplido en cada una de las dos importantes experiencias populistas de la región: la correspondiente al período 1930-1960 (populismos clásicos) y aquella de la década de 1990 (neopopulismos).

Los medios masivos, alguna vez responsables en gran parte de la constitución misma del pueblo en sujetos políticos, podrían estar contribuyendo en épocas de globalización a la muerte del pueblo y de *lo popular* y a su disolución en *popularidad*, de modo tal que el viejo elemento popular quedaría reducido a mera audiencia según la lógica del consumo y del espectáculo. La crítica cultural latinoamericana ha denunciado este pasaje como degradación del pueblo y de lo popular en “popularidad”: la banalización de una sustancia previa (el pueblo como sujeto), la pérdida de sus contenidos históricos (tradiciones y memoria cultural popular) y la neutralización de su antagonismo político. Para García Canclini (1990: 237-261), esta “popularidad” mediática tiende a leerse inscripta, desde los viejos populismos, en el relato trivializante de una pérdida y de una degradación: un sustantivo concreto (el “pueblo” como patrimonio de tradiciones o como sujeto histórico) se tornaría primero adjetivo (“popular”/“lo popular”) para diluirse luego, fatal y definitivamente, en un sustantivo abstracto (“popularidad”).

Pero si los medios hacen visible la popularidad como principio técnico y pura forma abstracta —uno de los singulares modos de existencia del elemento (popular)-democrático en las democracias del presente—, de ninguna

manera estos procesos de abstracción propios de la lógica de mercado sustituyen completamente una presunta presencia plena del pueblo. Como el propio García Canclini señala, se trata de un “desplazamiento” y no simplemente de una sustitución del disenso por un puro consenso, de un contenido concreto (el pueblo como sujeto político) por una forma abstracta (la popularidad como objeto producido por las tecnologías masivas).

Por un lado, la abstracción propia de la “popularidad” no es un rasgo radicalmente nuevo ni distintivo de los neopopulismos de base televisiva: lo que esta denunciada “popularidad” estaría haciendo visible sería ese elemento *siempre ya presente* en los populismos y en la forma misma de la democracia, esto es, la lógica de la *equivalencia*. Esta lógica es compartida tanto por cualquier discurso populista como por la mercantilización de las relaciones sociales característica de las sociedades de consumo en su interpelación a la gente (ciudadanos y consumidores) como iguales. Sin embargo, la dimensión *antagónica* que estaba presente en los viejos populismos como un antagonismo específicamente *popular* (el pueblo como opuesto al bloque en el poder) no ha sido completamente cancelada por la economía de mercado y los medios, sino más bien *desplazada* por *otros antagonismos democráticos*, procesos que en América latina vienen produciéndose desde los años ochenta.

Nuevas designaciones para el nuevo sujeto de estos populismos: la sociedad civil —“entre la ciudadanía y el consumo” dirá García Canclini (1995) para el caso latinoamericano— será interpelada, según los casos, como “ciudadanos”, “público”, “audiencia”, “consumidores” o más sencillamente “la gente”.

#### 5. EL RETORNO DEL ESPECTRO DEL POPULISMO: ¿UN SÍNTOMA?

Retomemos el pasaje de Laclau (1977: 146) referido a los contenidos connotados en los usos del término “populismo”.

Espejismo del pueblo, mera ilusión de democracia: históricamente, la atribución de populismo estuvo ligada al orden del exceso, de la apariencia y la ilusión, en la medida en que remite siempre a alguna figura de la *distorsión* en tanto exceso simbólico: si para el funcionalismo sociológico el populismo era el producto de una “distorsión” entre la naturaleza de las clases trabajadoras y sus formas de expresión política (Di Tella 1965; Germani 1965), para el reduccionismo marxista correspondía a formas ideológicas más o menos burguesas o feudales que, en tanto aparecían en aquellos sectores populares que no habían accedido aún a un estadio de organización autónoma —léase: clasi—, distorsionaban los verdaderos intereses de la clase obrera (Laclau 1977: 165-233).

Los populistas, por su parte, asignarán la ilusión y la apariencia al polo “legítimo” de la dicotomía: a “la democracia formal”, a la legitimidad política o cultural dominante, y achacarán “vanguardismos”, “etnocentrismos de clase”, “pedagogismos”, “legitimismos”, etc., a sus enemigos elitistas o burgueses.

La noción de populismo parece reemerger en el discurso intelectual latinoamericano de los años noventa asociado al extremo exceso de abstracción: la “popularidad” mediática como mera distorsión del pueblo y como ilusión de democracia. De hecho, esto ha tenido y tiene consecuencias negativas para la política, pero, en lugar de simplemente denunciar las fosforescencias neopopulistas de las democracias mediáticas, habría que tomar en serio todo este “humo verbal” producido cada vez que reaparece el *fantasma del populismo*.

La lógica discursiva populista —la política de su retórica (Laclau 1998b)— allí donde señala el agujero negro irreductible a cualquier doctrina política determinada o configuración ideológica específica, *hace visible la lógica misma de la discursividad política en tanto que tal*. Esta lógica consiste básicamente en dos operaciones retóricas elementales: un proceso *negativo* de simplificación del espacio social según un *antagonismo* político fundamental que lo dicotomiza en sólo dos campos enfrentados; y una operación *metafórica* de extensión de las cadenas de *equivalencias por sustitución* de las diferentes identidades dentro de cada uno de esos campos (véase Laclau 1998a). La lógica discursiva elemental del populismo hace así visible el esqueleto retórico que configura todo discurso político y la dimensión específicamente *política* de cualquier discurso. El “populismo”, lejos de despolitizar lo social, hace visible la lógica misma de lo político, su configuración retórica elemental.

Las democracias mediáticas están inscriptas no sólo en las condiciones de la economía neoliberal de mercado sino también en el marco de otro imaginario político caracterizado por la emergencia de nuevos movimientos sociales y por la correlativa constitución de nuevas identidades políticas en la sociedad civil (García Canclini 1995: 43-46). De hecho, si es cierto que hay algunas zonas de crisis de la hegemonía neoliberal en América latina, estas se sitúan en el nivel mismo de la articulación entre liberalismo y democracia, en la medida en que tienen que ver con los propios límites del discurso neoliberal en su capacidad de producir nuevas interpelaciones popular-democráticas que resulten eficaces en las condiciones del presente. Y es precisamente en este hiato donde estarían operando ambivalentemente los medios, en tanto instancias de mediación “antiinstitucional” (Sarlo 1996: 138)<sup>3</sup> que darían existencia pública a ciertas zonas de lo social todavía no articuladas discursivamente a interpelaciones democráticas ni a discursos antagónicos específicos, y en ese sentido, *harían visibles* ciertos puntos críticos de la hegemonía neoliberal.

Pero si la “revolución democrática” (Tocqueville) es, según Laclau y Mouffe (1985), el *terreno* mismo donde opera la lógica equivalencial de este nuevo imaginario político, de ningún modo puede, por sí sola, predeterminar la *dirección* en la que este imaginario operará y el mapa de antagonismos que diseñará. Dadas las actuales condiciones de emergencia del elemento popular-democrático en América latina, el valor político de la crítica como intervención cívica se jugará en la capacidad de los intelectuales para analizar el retorno del síndrome (neo)populista y para articular la propia ambigüedad y opacidad de ese elemento (popular)-democrático a configuraciones discursivas alternativas al neoliberalismo.

## NOTAS

1. Según Eliseo Verón, mientras en las sociedades mediáticas las tecnologías de comunicación se fueron incorporando gradualmente a la sociedad sin modificarla a nivel de su estructuración, las *sociedades mediatizadas* son aquellas en las cuales cada una de las prácticas sociales se transforman por el hecho mismo de que los medios son *constitutivos* del lazo social, y de que los agentes sociales son cada vez más conscientes de esta constitutividad (Verón 1992: 124).
2. Sigal y Verón (1986: 27-47) han acuñado la expresión “el modelo de la llegada” para referirse a una de las características del discurso peronista: el general Perón se representa a sí mismo como habiendo llegado al sistema político argentino desde fuera de él, desde un lugar fundamentalmente *social, no político*: desde el cuartel en 1944 y desde el otro extremo del mundo en 1973. Esta figura topológica, que ubica el lugar popular de enunciación como exterior a la política institucionalizada, parece ser recurrente en el peronismo, y en el discurso populista como tal (De Ipola 1983).
3. Mediación “antiinstitucional” en el sentido que le da Sarlo a la “democracia de la opinión” como opuesta a la “democracia de las instituciones” (Sarlo 1996: 138-142).

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, P., CHAMBOREDON, J. y PASSERON, J. (1988) *El oficio del sociólogo*. Madrid: Siglo XXI.
- DE IPOLA, E. (1983) *Ideología y discurso populista*. Buenos Aires: Folios.
- DI TELLA, T. (1965) “Populism and reform in Latin America” en *Obstacles to Change in Latin America* de C. Veliz (ed.), 47-74. Oxford: OUP.
- FOUCAULT, M. (1980) *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.

- GARCÍA CANCLINI, N. (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GERMANI, G. (1965) *Política y sociedad en una época de transición: de la sociedad tradicional a la sociedad moderna*. Buenos Aires: Paidós.
- IONESCU, G. y GELLNER, E. (1969) "Introduction" en *Populism. Its Meanings and National Characteristics* de G. Ionescu y E. Gellner (eds.), 1-5. Londres: Weidenfeld and Nicolson.
- LACLAU, E. (1977) "Towards a Theory of Populism" en *Politics and Ideology in Marxist Theory. Capitalism-Fascism-Populism*, 143-198. Londres: New Left Books.
- (1998a) *Populism as a category of political analysis* (mimeo). Ponencia presentada en el Ideology and Discourse Analysis Seminar, Department of Government, University of Essex.
- (1998b) *The politics of rhetoric* (mimeo). Ponencia presentada en el Ideology and Discourse Analysis Seminar, Department of Government, University of Essex.
- LACLAU, E. y MOUFFE, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. Londres: Verso/NLB.
- MC GUIGAN, J. (1992) *Cultural Populism*. Londres-Nueva York: Routledge.
- PANIZZA, F. (2000a) "New wine in old bottles? Old and New Populism in Latin America", *Bulletin of Latin American Research*, F. Panizza (ed.), 19 (2), número especial: *Old and New Populism in Latin America*, abril de 2000, 145-147.
- (2000b) "Neopopulism and its limits in Collor's Brazil" en *Bulletin of Latin American Research*, F. Panizza (ed.), 19 (2), número especial: *Old and New Populism in Latin America*, abril de 2000, pp. 177-192.
- SARLO, B. (1996) *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires: Ariel.
- SIGAL, S. y VERÓN, E. (1986) *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.
- TAGUIEFF, P. A. (1995) "Political Science Confronts Populism: From a Conceptual Mirage to a Real Problem", *Telos* 103, primavera de 1995, 9-43. Nueva York: Telos Press.
- VERÓN, E. (1986) *La mediatización*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- (1992) "Interfaces, sobre la democracia audiovisual avanzada" en *El nuevo espacio público* de J. Ferry, D. Wolton et al., 124-139. Barcelona: Gedisa.
- WILLIAMS, R. (1974) *Television: Technology and Cultural Form*. Londres: Fontana.
- WORSLEY, P. (1970) "The concept of populism" en *Populism. Its Meanings and National Characteristics* de G. Ionescu y E. Gellner (eds.), 212-250. Londres: Weidenfeld and Nicolson.

## ABSTRACT

This article has three aims: 1) to point out the recurrence of the term "populism" ("neopopulism", "telepopulism") as symptomatic in Latin American intellectual discourse (in political theory, the social sciences and cultural studies); 2) to draw on the theoretical work on the term "populism" (De Ipola, Verón, Sigal, Laclau, Panizza) to systematize the conceptual analogical basis associated to the usage of this term in order to make visible its specific discursive logic—the politics of its rhetoric—and thus contribute to transform it into an analytical category; and 3) to highlight some aspects of the media dimension of Latin American populisms, with special reference to 1990s Latin American cultural criticism.

Guillermo Olivera es licenciado en Comunicación Social, magister en Sociosemiótica en la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y está realizando un doctorado en Teoría Crítica y Estudios Culturales en la Universidad de Nottingham, Inglaterra. Se desempeña como profesor adjunto por concurso de Semiótica (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina) y docente en el Departamento de Estudios Hispánicos y Latinoamericanos de la Universidad de Nottingham. Investiga en los campos de la semiótica, el análisis del discurso y la crítica cultural. E-mail: asxgeo@nottingham.ac.uk