

COLECCIÓN MONOGRAFÍAS

N° 28

*La construcción del discurso neoliberal en el Perú:
lenguaje y simbolismo en el proceso de reforma
económica*

Alba Quiñones Hesselroth

PROGRAMA CULTURA, COMUNICACIÓN Y
TRANSFORMACIONES SOCIALES

www.globalcult.org.ve

CENTRO DE INVESTIGACIONES POSTDOCTORALES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

www.globalcult.org.ve/monografias.htm

© Alba Quiñones Hesselroth, 2006.

Responsable de la edición: Daniel Mato (dmato@reacciun.ve)

Diseño de la carátula: Alejandro Maldonado (amaldonadof@gmail.com)

Corrección: Enrique Rey Torres y Alejandro Maldonado

Impresión: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales

Reproducción: Copy Trébol, C.A.

ISBN de la colección: 980-12-1101-6

ISBN de esta monografía: 980-12-2102-x

Hecho el depósito legal: lf25220063003005

Primera edición (Caracas, junio de 2006)

Impreso en Venezuela – Printed in Venezuela

Se autoriza la reproducción total y parcial de esta monografía siempre y cuando se haga con fines no comerciales y se cite la fuente según las convenciones establecidas al respecto, previa notificación a la institución editora. Del mismo modo y en las mismas condiciones se autoriza también la descarga del respectivo archivo en nuestra página en Internet: <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm> . Con el propósito de facilitar la cita, en la primera página se han incluido los datos completos de la monografía. En caso de incluirse este texto en libros impresos (se entiende que con fines no comerciales) agradecemos se nos hagan llegar al menos dos (02) ejemplares de la publicación respectiva a: Daniel Mato (coordinador), Apartado Postal 88.551, Caracas – 1080, Venezuela. En caso de incluirse algunos archivos de nuestra página en Internet en otros espacios semejantes, agradecemos se nos informe al respecto a través de nuestra dirección electrónica: globcult@reacciun.ve.

La responsabilidad por las opiniones expresadas en este trabajo incumbe exclusivamente al autor o autora firmante y su publicación no necesariamente refleja el punto de vista de la institución editora.

La construcción del discurso neoliberal en el Perú: lenguaje y simbolismo en el proceso de reforma económica

Alba Quiñones Hesselroth

Resumen

El presente ensayo tiene por objeto analizar la construcción del discurso pro-libre mercado que fuera extensamente difundido en el Perú especialmente a partir de agosto de 1987 y durante los primeros años de la aplicación de reformas de libre mercado iniciada por el gobierno de Alberto Fujimori en 1990. Los principales aspectos aquí analizados son el lenguaje, los símbolos, y los medios a través de los cuales este discurso fue difundido por los actores sociales interesados en orientar a la opinión pública y fomentar el masivo apoyo respecto a la aplicación de estas reformas. El argumento central aquí expuesto es que la extensa y exitosa campaña de difusión del discurso pro-libre mercado que se llevó a cabo en el Perú contribuyó a que un amplio sector de la opinión pública aceptara este discurso y por ende considerara la política de ajuste radical y de libre mercado como la única salida para el país en materia de política económica. Esta aceptación del discurso pro-libre mercado facilitó que durante los primeros años de la década de 1990 el gobierno de Fujimori pudiera iniciar un vasto programa de reformas neoliberales con el apoyo mayoritario de la opinión pública y sin tener que enfrentar la encendida oposición que en otros países latinoamericanos obstaculizó la aplicación de estas reformas.

Quiñones Hesselroth, Alba (2006) *La construcción del discurso neoliberal en el Perú: lenguaje y simbolismo en el proceso de reforma económica*. Colección Monografías, N° 28. Caracas: Programa Cultura, Comunicación y Transformaciones Sociales, CIPOST, FaCES, Universidad Central de Venezuela. 59 págs. Disponible en: <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>

La construcción del discurso neoliberal en el Perú: la importancia de lenguaje y simbolismo en el proceso de reforma económica

Introducción

Los estudios de política económica que analizan la ola de reforma neoliberal que durante la pasada década sacudió a los países en vías de desarrollo generalmente presentan como variables determinantes en la aplicación de este tipo de reformas a la crisis económica y la presión ejercida por las instituciones financieras internacionales (IFIs), principalmente el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. Sin lugar a dudas estas variables han estado presentes en los procesos de reforma neoliberal llevados a cabo en Latinoamérica. Por ejemplo, la crisis económica – sumada al problema de la deuda externa – complicó de sobremanera el manejo de la economía en estos países y limitó sus opciones de política económica. Igualmente, no se puede negar el impacto de las IFIs. Estas instituciones no sólo han recomendado la aplicación de específicas reformas de corte neoliberal sino también señalado los plazos y objetivos que deberían ser cumplidos en la aplicación de estas medidas, y advertido acerca de los posibles “beneficios” a recibir (préstamos) o de las sanciones aplicables en caso de que las reformas no se llevaran a cabo.

Sin embargo, al no tomar en cuenta la influencia que otras variables pueden ejercer respecto a la evaluación, selección y adopción de determinadas medidas de política económica, los estudios que centran el análisis en variables materiales tales como la crisis económica y la presión ejercida por las IFIs tienden a disminuir la importancia del contexto doméstico y descartan el complejo proceso de cambio que subyace al proceso de reforma económica. En efecto, tales estudios no consideran que aunque la formulación de la política económica está ligada a circunstancias materiales (i.e.: crisis económica, deuda externa, necesidad de inversión extranjera), la percepción que los actores estatales y no estatales tienen de estas circunstancias puede estar largamente influenciada por variables no materiales. Ciertas ideas difundidas a través de un particular discurso – el mismo que al ser constantemente repetido y ampliamente divulgado se convierte en hegemónico- pueden determinar la manera en que las dificultades y oportunidades vigentes a nivel doméstico e internacional son percibidas tanto por los encargados de formular la política económica como por aquellos que tienen que obedecer esta política.

Especialmente desde 1976, situaciones tales como la crisis económica y la presión de las IFIs respecto a la aplicación de medidas de ajuste fiscal y liberalización de la economía formaron parte del contexto peruano. Sin embargo, antes de 1990 a pesar de su tremendo impacto negativo en la economía estos problemas nunca tuvieron como resultado la vasta aplicación de reformas de corte neoliberal. Todo lo contrario, a pesar de que durante el periodo 1976-1990 la crisis económica y la presión de las IFIs fueron una constante, también lo fue el hecho de que las varias administraciones que durante este periodo gobernaron el Perú no sometieron su política económica a los dictados de las IFIs. **(1)** En efecto, la mayoría de las negociaciones que durante este periodo el Perú sostuviera con las IFIs no concluyeron en la firma de acuerdos. Además, entre los pocos acuerdos suscritos todos fueron incumplidos por el Perú, debido principalmente a la presión ejercida por varios sectores de la sociedad civil que se opusieron a la aplicación de las medidas de ajuste señaladas por las IFIs. **(2)** En 1985, la relación del Perú con las IFIs se deterioró al máximo cuando la oposición a estas medidas vino de parte del jefe del gobierno peruano. El presidente García declaró que se negaría a pagar la deuda externa en un monto que sobrepasara el 10% del valor de las exportaciones peruanas y abiertamente se opuso a negociar en los términos señalados por las IFIs. En conclusión, no obstante la fuerte presión ejercida por las IFIs respecto a la aplicación de medidas de ajuste, durante el periodo 1975-1990 en el Perú esta presión no tuvo los resultados esperados por estas instituciones. Aunque la influencia de las IFIs ha sido importante, por sí sola esta variable no es suficiente para poder explicar el cambio en la orientación económica ocurrida en Perú a partir de 1990.

Igualmente, durante el periodo bajo análisis la crisis económica no fue un incentivo para aplicar reformas de corte neoliberal. Todo lo contrario, en 1980 el entrante gobierno del presidente Belaunde aplicó algunas medidas en favor del mercado reduciendo las altas tarifas arancelarias que protegían los productos nacionales y eliminando algunos de los beneficios otorgados en favor de ciertos sectores de la producción y exportación. Estas medidas fueron aplicadas por el equipo de tecnócratas del Ministro de Economía Manuel Ulloa cuando el Perú estaba gozando de una situación financiera relativamente óptima debido al alto precio de las exportaciones primarias en el mercado mundial. En otras palabras, la aplicación de las tímidas medidas de liberalización no obedeció a la imperiosa necesidad de resolver crisis económica alguna. Este proyecto de reforma económica iniciado por el ministro Ulloa no tuvo sin embargo larga duración. Por un lado, los sectores empresarial y laboral se

opusieron frontalmente a las medidas que reducían la protección al mercado interno. Por otro, el advenimiento de la fuerte crisis económica en 1982 complicó aún más el panorama político y social. La intensa oposición de varios sectores de la sociedad civil e incluso de algunos miembros de la administración, sumada al inminente final del breve periodo de bonanza económica debido a la caída del precio de las exportaciones peruanas en el mercado mundial, determinaron que el presidente Belaunde ordenara no sólo interrumpir la aplicación del incipiente programa de liberalización del mercado sino también la reversión de este programa. En efecto, el gobierno incrementó considerablemente los aranceles a la importación e implementó medidas de protección no arancelarias. Esta política fue subrayada por la administración del presidente García que durante el periodo 1985-1990 consideró que para combatir la crisis económica que afectaba al Perú era necesaria la aplicación de medidas que aumentaran significativamente la participación del estado en la economía así como la extrema protección del mercado interno frente a la competencia extranjera. En consecuencia, en el caso peruano durante el periodo bajo análisis la variable “crisis económica” no ha actuado como catalizador de reformas de mercado sino precisamente todo lo contrario, ha constituido un serio obstáculo para la aplicación de estas reformas.

Es evidente que la crisis económica fue mucho más devastadora hacia principios de la década del noventa cuando la hiperinflación y el déficit fiscal alcanzaron en Perú niveles sin precedentes. **(3)** Por lo tanto, no se puede descartar tajantemente el impacto de la crisis económica y por ende la presión ejercida por las IFIs en el cambio de la política económica ocurrida en Perú a partir de 1990. Sin embargo, teniendo presente la experiencia peruana antes descrita en el sentido de que durante 1975-1990 ninguna de estas dos variables permitió o incentivó la aplicación de medidas en favor del libre mercado, es necesario prestar atención al impacto que otras variables hayan podido tener en la implementación de estas medidas durante el gobierno de Fujimori. **(4)** En este sentido, el estudio de la difusión de las ideas pro-libre mercado, es un importante aspecto a tomar en cuenta. Durante los últimos años de la década de los ochenta los peruanos estuvieron expuestos como nunca antes a un extenso debate de temas económicos, principalmente a la propaganda de ideas de libre mercado. Con el objeto de analizar el impacto de estas ideas en el acontecer político-económico del Perú el presente ensayo presta atención al “lenguaje” y a los medios de comunicación a través de los cuales los promotores de ideas pro-libre mercado extensamente difundieron estas ideas en amplios sectores de la sociedad civil.

Importancia del lenguaje y simbolismo

Lenguaje y simbolismo son importantes armas políticas. Edelman (1976:9) señala que un estudio serio de las causas y el alcance de las políticas públicas debe tener en cuenta que el lenguaje en que éstas son elaboradas y difundidas puede moldear el significado de los eventos desatados por estas políticas y determinar los roles que los funcionarios públicos y el público en general deben cumplir. En la misma línea, Kenworthy sugiere que el poder y el lenguaje están tan interconectados que una adecuada descripción del ámbito político debe necesariamente considerar el rol que el lenguaje tiene en la *construcción* de determinados eventos y en el apoyo a un específico grupo de poder (Kenworthy, 1995: 8-9 [énfasis añadido, A.H.]). El discurso de los legisladores, tecnócratas y demás individuos que operan desde el aparato estatal así como el de aquellos que cumplen roles de liderazgo en la sociedad civil, puede estar dirigido tanto a atacar e interrumpir coaliciones de interés tradicionalmente establecidas como a mitificar o legitimar nuevos proyectos políticos (Ginsberg, 1992: 51-66).

El presente ensayo presta atención no sólo al discurso de los promotores de las reformas de mercado en el Perú sino también a las herramientas utilizadas para difundir su mensaje en favor de esta política. (5) Tal como señala Woods, las ideas relacionadas a temas de economía o de política económica susceptibles de ser atractivas son aquellas que pueden ser explicadas a través de simples pero atractivos medios tales como: metáforas, simples esquemas, y analogías que permitan a los encargados de formular políticas públicas entender y sobre todo hacer entender situaciones y conceptos complejos (Woods, 1995:175-176). Igualmente, Maasen y Weingart (2000) opinan que los conceptos que conforman nuestro lenguaje cotidiano condicionan la manera en que podemos asimilar conceptos nuevos y complejos. Por ello, estos analistas recomiendan prestar atención a las metáforas utilizadas en la difusión de determinadas ideas ya que aquellas actúan como *circuitos mensajeros de significado* permitiendo que los conceptos complejos que conforman el discurso científico puedan ser recibidos por otros discursos sociales tales como el de la política, la media, el arte, así como el de la comunicación cotidiana. (Maasen *et al.*, 2000:19, 34 [énfasis añadido, A.H.]) Del mismo modo, Lakoff sugiere que debido a que gran parte de nuestro razonamiento político y social se basa en un sistema de conceptos presentados a través de metáforas, el estudio de éstas es crucial para un adecuado análisis del pensamiento político-social (Lakoff, 1999:140, 154-155).

En el caso peruano bajo estudio, el discurso en favor del libre mercado estuvo caracterizado por el recurrente uso de ciertas metáforas así como analogías, símbolos y mitos. Por ello, en la misma línea seguida por los autores mencionados anteriormente el presente ensayo considera a estas expresiones como los circuitos mensajeros del discurso pro-libre mercado que fuera difundido en el Perú especialmente a partir de 1987.

Importancia de los medios de difusión del discurso pro-libre mercado

Las noticias publicadas por la prensa constituyen la principal fuente de información para amplios sectores de la sociedad. (6) Debido a su rápida y extensa difusión, generalmente los reportes elaborados por la media pueden llegar a un mayor número de actores sociales y a una velocidad que supera largamente la difusión de temas a través de libros, revistas académicas, u otro tipo de publicaciones especializadas. (7) Sin embargo, el rol de la prensa en la sociedad no se agota en su función informativa. El potencial de la prensa para influenciar la opinión pública es inmenso. Tal como señalan Herman y Chomsky (1998) la media en general es un sistema de difusión que sirve para comunicar específicos mensajes y símbolos, y para inculcar en los individuos ciertos valores, creencias, y códigos de conducta (Herman *et al.*, 1998:1). A través de la selección de determinada información y del énfasis con el que ésta es presentada, la media puede promover específicos puntos de vista respecto a los hechos que reporta. (8) Especialmente las noticias constituyen un poderoso recurso de persuasión. Tal como explica Corner (1983).

Los boletines periodísticos son inevitablemente selectivos (en la medida que contienen ciertas palabras, frases, determinadas explicaciones y no otras) y evaluativos/descriptivos (muchas de las palabras y frases utilizadas están conectadas con posiciones y valores sociales particulares). (Corner, citado por Davis and Walton 1983:274).

Es debido precisamente a esta dinámica que caracteriza la difusión de los materiales de prensa que éstos llegan a ser parte de los eventos políticos. Informando, instruyendo e influenciando al público, la prensa puede servir como plataforma de debate, pero especialmente de propaganda para ciertos actores sociales y sus ideas. Por ejemplo, las noticias, editoriales, artículos, y otros formatos tales como los comunicados institucionales publicados por los diarios y revistas de mayor circulación en el

Perú (9) durante el periodo julio 1987 –diciembre 1992, constituyen invaluable fuente de información de los hechos ocurridos en la arena política y social. (10) Sin embargo, el contenido de estos diversos formatos presentados en la prensa escrita tiene una relevancia tal que va más allá de ser un simple reporte de los hechos ocurridos. Los diarios y revistas de mayor circulación no sólo publicaron sino que extensamente promocionaron el discurso pro-libre mercado. Por ello en este ensayo los textos en los cuales estos documentos de prensa fueron presentados al público son analizados a fondo y considerados como eventos capaces de producir por sí mismos trascendentes efectos en la arena política y social, y por ende, capaces de incentivar y orientar la opinión pública respecto a la aplicación de reformas de libre mercado.

Análisis del discurso pro-libre mercado

El análisis aquí expuesto es cualitativo y aplica algunas de las técnicas propias de la semiótica y hermenéutica, (11) así como los lineamientos seguidos por estudios especializados en el análisis del discurso utilizado por los medios de difusión. (12) Además, el presente análisis presta considerable atención al contexto político en el que el mensaje en favor de la economía de mercado fue promocionado. (13) El periodo bajo estudio va desde el 29 de julio de 1987 hasta el 31 de diciembre de 1992. Esto no significa que antes o después de este periodo no haya habido en el Perú ningún proyecto destinado a promocionar ideas en favor de una economía de mercado. Tal como explico líneas abajo, desde fines de la década del setenta economistas tales como Hernando de Soto (quien lideró la creación del Instituto Libertad y Democracia en 1981) al igual que Felipe Ortiz de Zevallos (a través del instituto APOYO) habían iniciado importantes proyectos en esa dirección. Sin embargo, estos esfuerzos iniciales no tuvieron la amplia cobertura ni el impacto de los eventos que ocurrieron a partir del 29 de julio de 1987, fecha en la que el presidente García anunció su decisión de estatizar el sector de la banca y seguros. Este anuncio generó gran oposición no solo en el sector directamente afectado con esta medida sino en todo el sector empresarial así como en otros sectores de la sociedad civil. A partir de entonces aquellos que lideraron la oposición a la estatización de la banca hábilmente hicieron uso de cierto lenguaje y simbolismo (de los cuales un importante sector de la prensa hizo eco) con el doble propósito de movilizar oposición en contra de la estatización y de la política económica del gobierno, así como promocionar las ideas en favor de la economía de mercado.

Debido a que el objetivo del presente estudio es observar el impacto que el discurso pro-libre mercado tuvo en la sociedad peruana -independientemente de los resultados que tuvieron las medidas económicas aplicadas por el gobierno del presidente Fujimori - el periodo bajo análisis finaliza en diciembre de 1992. En otras palabras, el análisis debe concentrarse en el discurso *per se*. Es necesario analizar si el público aceptó el discurso pro-libre mercado debido al impacto que este discurso tuvo independientemente de los logros que a partir de 1993 generaron las medidas iniciales aplicadas por el gobierno de Fujimori (estabilidad, reducción de la tasa inflacionaria, y crecimiento de la economía). En este último caso la aceptación de las reformas pro-libre mercado se daría debido a los resultados de las reformas (efecto material) y no necesariamente debido al impacto del discurso pro-libre mercado promovido con anterioridad a la aplicación y al resultado de estas reformas.

A fin de poder observar cómo el proceso de difusión de ideas pro-libre mercado fue llevado a cabo, el caso bajo estudio ha sido dividido en tres etapas: julio 1987 – Marzo 1988; Marzo 1988-agosto 1989; agosto 1989-diciembre 1992.

Primera etapa: 29 de julio 1987 – marzo 1988

Después de que en su mensaje a la nación el 28 de julio de 1987 el presidente García anunciara su decisión de estatizar el sector de la banca y seguros, un amplio sector de la sociedad civil – inclusive grupos a los que tal medida no afectaba directamente - desaprobaron esta medida y advirtieron que sólo incrementaría la intervención del estado en la economía y por ende la burocracia y el subdesarrollo del país. El internacionalmente reconocido escritor peruano Mario Vargas Llosa, ingresó a la arena política liderando un grupo conformado por independientes y por políticos de centro-derecha que aunaron esfuerzos a fin de protestar en contra de la estatización anunciada por García. Durante los meses de agosto y Septiembre de 1987 en varias ciudades del Perú hubo un despliegue de movilizaciones multisectoriales con la participación de individuos de diversos estratos económicos opuestos a la estatización. **(14)** Además, no sólo el sector de la banca sino también diversas asociaciones políticas, profesionales, independientes, cívicas, y religiosas publicaron en la prensa escrita sendos comunicados oponiéndose a esta decisión. **(15).**

Aprovechando esta coyuntura, varios actores no-estatales (miembros de la sociedad civil) iniciaron una ardua campaña para difundir masivamente las ideas pro-libre mercado que hasta entonces habían

sido discutidas por lo general sólo en ciertos círculos profesionales o empresariales. En efecto, mientras que durante las décadas anteriores no había sido políticamente correcto defender abiertamente el establecimiento del sistema capitalista basado en políticas económicas de libre mercado, hacia fines de la década del ochenta los vientos empezaron a soplar en otra dirección.

Especialmente a partir de 1987 varios sectores que hasta entonces habían apoyado la intervención del estado en la economía, especialmente la protección del mercado interno, tomaron distancia de esta posición. Por ejemplo, el sector empresarial representado por la Confederación de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP) modificó dramáticamente su tradicional retórica de apoyo a la protección del mercado nacional por parte del estado y empezó a criticar abiertamente el modelo de desarrollo económico hacia adentro basado en la política de industrialización a través de la sustitución de importaciones (ISI) que había prevalecido en Perú especialmente desde mediados de la década del sesenta.

Además de Vargas Llosa y de los representantes de la élite empresarial, varios personajes que apoyaban la implementación de una política económica de ajuste y de reformas de libre mercado incursionaron en la arena política y asumieron gracias al apoyo de un sector de la prensa una posición de liderazgo en la cruzada por el establecimiento de estas reformas en el Perú. Los dueños de los bancos, los representantes de la élite empresarial, los políticos de centro-derecha, así como líderes o intelectuales considerados independientes utilizaron cada demostración en contra del gobierno o cada entrevista difundida a través de la media para criticar la política económica del gobierno de García, predecir sus devastadoras consecuencias, y sobretodo subrayar las supuestas virtudes de la economía de libre mercado.

La retórica utilizada durante este periodo estuvo caracterizada por el uso de analogías cuyo fin era evidentemente crear temor en la opinión pública con respecto a la política económica del gobierno. Aquellos que se opusieron a la estatización de la banca estaban convencidos (y por ende buscaban convencer al público en general) de que esta medida era el primer paso adoptado por el gobierno hacia el establecimiento de un régimen *totalitario*. Aunque el presidente García había sido elegido por el voto popular en un proceso electoral libre y transparente y durante su gobierno había respetado la libertad de prensa, aquellos opuestos a la estatización de la banca no duraron en comparar su

gobierno con la administración de facto del General Velasco quien en 1968 a través de un golpe de estado había instaurado un régimen dictatorial cuya vigencia se extendió hasta 1980. Esta forzada comparación sin embargo fue la menor entre las que se incluyeron en el discurso anti-estatización.

La mayoría de las analogías utilizadas durante esta etapa fueron comparaciones exageradas que incluían referencias a casos extranjeros y regímenes violentos que no tenían ningún parecido con el caso Peruano. Por ejemplo, algunos reportes periodísticos identificaban al presidente García como “el agente de publicidad de Kim-IL-Sung en Perú” (*Oiga*, Lima, 24/08/87, p. 15) y comparaban su gobierno con experiencias “de devastadoras consecuencias tales como aquellas ocurridas durante las décadas de 1920 y 1930 en Italia, Alemania, y luego en Argentina con Perón” (*Oiga*, Lima, 17/08/87, p. 13). Del mismo modo, otros reportes mencionaban las declaraciones hechas por importantes tecnócratas y políticos quienes describían la estatización de la banca como “fascismo criollo,” ([Declaraciones de Manuel Moreyra] *Caretas*, Lima, 21/09/87, p. 16) **(16)**; y alertaban que la estatización llevaría al Perú hacia “un camino similar a aquel seguido por Cuba y Nicaragua” ([Declaraciones de Manuel Cruchaga] *Oiga*, Lima, 24/08/87, 15). **(17)** Tal como explico en los siguientes párrafos, el uso – y abuso - de estas analogías no fue una casualidad.

Un aspecto particular que merece atención es que los comunicados, así como los discursos, entrevistas y diversos ensayos escritos en contra de la estatización de la banca, no mencionaban entre los ejemplos de gobiernos dictatoriales a la administración de la junta militar liderada por el General Pinochet en Chile. En 1976, Pinochet había liderado el golpe de estado en contra del democráticamente elegido presidente Salvador Allende e instaurado un gobierno de facto que en 1987 aún seguía en el poder. En términos cronológicos y geográficos, el régimen militar liderado por Pinochet era el ejemplo más cercano de un sistema totalitario. Sin embargo, los promotores del discurso en contra de la estatización de la banca y en favor de la economía de mercado discretamente omitieron mencionar el caso chileno. El propósito de esta omisión no puede ser más obvio. En su afán de silenciar a la oposición y limitar la libertad de expresión el régimen militar de Pinochet había cometido horribles crímenes en Chile, pero también había aplicado reformas en favor del libre mercado y de la inversión privada y derogado las normas que protegían la estabilidad laboral. Precisamente, medidas económicas de este tipo eran las que aquellos que lideraban la oposición en contra de la estatización de la banca consideraban como la única vía para resolver los problemas

creados por el gobierno de García. En consecuencia, el discurso anti-estatización no mencionó el caso de la dictadura militar Chilena entre los ejemplos de gobiernos dictatoriales a los cuales comparaba con el gobierno de García. (18).

Los estudios especializados que analizan el aspecto cognitivo de las decisiones de política exterior, así como aquellos que analizan el uso de lenguaje y simbolismo en política ofrecen explicaciones que nos pueden ayudar a entender el impacto de las analogías utilizadas en el discurso en contra de la estatización de la banca en Perú. Estos estudios señalan que el razonamiento analógico envuelve dos procesos interconectados: el primero es el proceso de referencia a través del cual las personas buscan en su memoria algo que se parezca a la situación que están tratando de entender. El segundo proceso implica la creación de conocimiento: después de haber buscado algo que guarde cierta similitud con la situación que están confrontando, las personas asumen que ambas situaciones son idénticas en todos los aspectos (Shimko en Neack *et al.*, 1995: 71-84). Al respecto Khong sugiere que las analogías históricas juegan un papel importantísimo en el proceso de formulación de decisiones políticas ya que facilitan las tareas de *problem framing* y *problem solving* (identificación y solución del problema) (khong 1992: 20-21). La primera tarea implica la definición de la situación, así como el análisis de los aspectos principales y de los riesgos ligados a la situación que se intenta definir. La segunda tarea está relacionada con la identificación de las acciones a seguir para resolver el problema, así como la evaluación de las posibilidades de éxito/riesgo que éstas implican.

Las analogías utilizadas en esta primera etapa bajo estudio contribuyeron a la tarea de *problem framing*. En efecto, el discurso anti-estatización estuvo plagado de referencias a casos históricos en los que resaltaba el accionar de líderes de gobierno cuya reputación era extremadamente negativa y cuyas decisiones habían generado fracaso y/o destrucción. Respecto a las comparaciones que directa o implícitamente se refieren a líderes cuya imagen es negativa, Edelman explica:

Los eventos o hechos políticos son especialmente memorables cuando los términos utilizados para su descripción se refieren a una amenaza personificada: un enemigo [...] Este tipo de amenazas tienen un importante impacto y resonancia política, muy aparte de que sean efectivamente serias o triviales [...] No importa si es atípica, la amenaza personificada es

capaz de apelar efectivamente al apoyo de la opinión pública respecto a casos ambiguos pero simbólicamente incluídos en la amenaza (Edelman, 1976: 5).

Durante esta primera etapa el propósito inmediato de aquellos opuestos a la estatización de la banca era crear animosidad en el público respecto a esta medida. Al comparar la situación Peruana en 1987 con eventos históricos en los que resalta la activa participación de un lider negativo cuya violencia o la aplicación de desacertadas políticas habían colocado a su país en una situación de riesgo político o económico, las analogías servían para personificar en la figura de García la amenaza que pendía sobre el Perú.

Tomando en cuenta la variación en la opinión pública peruana con respecto al presidente García, al parecer el uso de las analogías anteriormente descritas tuvo el resultado esperado por los promotores de la retórica anti-estatización. Antes de 1987 algunos sectores de la sociedad peruana habían expresado una opinión negativa acerca del presidente, pero esta opinión no estaba aún generalizada. Sin embargo, pocos meses después de que aquellos opuestos a la estatización de la banca habían difundido a través de diversos medios, especialmente la prensa, su propia interpretación de las decisiones asumidas por el gobierno, entonces las dudas y animadversión respecto a la estatización de la banca y a la política económica implementada por el presidente García crecieron considerablemente. Al respecto, un dato interesante es que mientras en agosto de 1987, de acuerdo a los sondeos conducidos por la empresa APOYO S.A., 46% de los entrevistados aprobaba la estatización de la banca y 46% la desaprobaba, en julio de 1988 sin embargo el 72% de los entrevistados consideraba esta medida como el peor error cometido por el gobierno y 64% criticaba el manejo de la economía (APOYO, 1988: 30).

Cabe señalar sin embargo que la referencia a “enemigos,” fue una herramienta simbólica utilizada no sólo por aquellos opuestos a la estatización. Desde el inicio de su gobierno el presidente García también había recurrido a esta táctica. Constantemente él se había referido a las IFIs, a las multinacionales, y al gobierno norteamericano describiéndolos como enemigos de los países en vías de desarrollo. La novedad en el discurso de los promotores de ideas de libre mercado con respecto a la táctica de “identificar enemigos” es que esta vez (en contraste con lo señalado en el discurso promovido por la izquierda y centro-izquierda) el enemigo aludido no era extranjero. **(19)** De

acuerdo al discurso anti-estatización y pro-libre mercado las causas de los problemas económicos estaban en el contexto doméstico: los “enemigos” del país eran el presidente García y su administración.

Aquellos que frontalmente se oponían a la estatización definían esta medida como el ataque de un gobierno totalitario en contra del pueblo peruano. Por ejemplo, el público que participó en las masivas demostraciones y mítines en contra de la estatización de la banca llevaba pancartas impresas con slogans tales como: “Dile NO a la dictadura civil aprista” (Foto aparecida en *La República*, Lima, 15/08/87, p. 7), “Alan García es el Hitler del Perú” (Foto aparecida en *La República*, Lima, 22/08/87, p. 6). Del mismo modo, CONFIEP en sus comunicados difundidos a través de la media advertía acerca de los resultados inmediatos que la estatización de la banca supuestamente traería consigo. Por ejemplo, uno de los comunicados señalaba: “A partir de ahora sólo habrá un dueño y patrón: el gobierno. Tu vida personal, tu negocio y tus proyectos dependerán de la decisión del gobierno. Defiende tu libertad! Dile ‘no’ al régimen totalitario y ‘si’ a la libertad!” (*La República*, Lima, 19/08/87).

Diversas instituciones civiles que no habían sido directamente afectadas por la estatización también tomaron cartas en el asunto y a través de sendos comunicados publicados en la prensa escrita se refirieron a la estatización definiéndola como el accionar de un gobierno *totalitario* y recurrieron para ello a exageradas comparaciones. Por ejemplo, algunos describían la estatización de la banca como la gradual implementación en el Perú de un sistema “Marxista colectivista,” (Carta del presidente del Núcleo Peruano Tradición, Familia, Propiedad, publicada en *El Comercio*, 3/09/87) otros como “fascista” (Comunicado del Frente Nacional de Trabajadores Campesinos FRENATRACA publicado en *La República*, Lima, 17/09/87). Alguno incluso comparó la estatización con actos terroristas: “(...) dos ataques igualmente irracionales: la demencia de Sendero Luminoso y terrorismo, y la dictadura civil que empieza a mostrarse tal cual es a través de acciones tales como la aprobación de la estatización de la banca” (Comunicado emitido por Francisco Diez Canseco Távara, Unión Parlamentaria Independiente, Frente Democrático de Unidad Nacional, Unión de Juventudes Independientes, publicado en *El Comercio*, Lima, 12/10/97). **(20)** Otros comunicados expresamente advertían que los bancos eran los primeros en la larga lista de empresas e instituciones civiles que el gobierno *totalitario* incluiría bajo el monopolio del Estado.

El uso del adjetivo *totalitario* para describir al gobierno de García no era el más adecuado. Es cierto que en su manera de gobernar García tenía un estilo muy personalista y arrogante. Sin embargo, tanto su gobierno como el contexto peruano de aquel momento diferían ampliamente de los casos históricos con los que habían sido comparados en la retórica de aquellos opuestos a la estatización de la banca. (21) Aunque no fue la definición más acertada, la descripción hecha por la retórica anti-estatización respecto del gobierno de García (gobierno totalitario que ataca la propiedad privada) fue extensamente difundida durante esta etapa.

Además del uso de las analogías y adjetivos anteriormente mencionados, la referencia a símbolos fue esencial en la movilización política en contra de la estatización de la banca y en general en el discurso utilizado por aquellos que además de oponerse a esta medida intentaban promocionar ideas pro-libre mercado. Como bien explica Rotunda, los símbolos son importantes porque pueden determinar la manera en que la gente piensa: “los símbolos no solo reflejan, sino que también moldean” (Rotunda, 1987: 7). Elder y Cobb sugieren que a través de símbolos las movilizaciones pueden apelar a diversos grupos, intereses, e individuos y tener diferente impacto de acuerdo al sentimiento afectivo que les sea atribuido (Elder *et.al.*, 1983: 116). Los símbolos de alta jerarquía tienden a ser objeto de gran afecto de parte del público, y por eso tienen mayor impacto y pueden atraer a más gente y prevalecer. Por ejemplo, el uso de la palabra *libertad* tendrá siempre mayor poder de atracción que el uso de la palabra *desregulación*. (Elder *et al.*, 1983: 39).

Debido a que los símbolos utilizados para definir los aspectos en conflicto también definen quién tiene mayor legitimidad para intervenir en este conflicto, los individuos interesados en atraer el apoyo de la opinión pública recurren al uso de símbolos que tienen particular importancia, especialmente en aquellos grupos considerados como potenciales aliados (que pueden ser grupos específicos o el público en general) (Sartorio, citado por Rotunda, 1987: vii). Al respecto, Sartori menciona un excelente ejemplo: “capturar una palabra tal como *democracia* – esto es, una palabra que tiene propiedades emotivas favorables – significa de hecho asegurarse una formidable y fuerte posición en el conflicto.” (Sartori, citado por Rotunda, 1987: vii).

Con posterioridad a que el presidente García anunciara su decisión de estatizar la banca, aquellos que lideraban la oposición a esta medida durante los varios eventos organizados para protestar en contra del gobierno recurrieron constantemente al uso de palabras tales como: democracia, libertad, paz, y expresiones tales como “la protección de derechos fundamentales.” (22) El propósito era dejar en claro que ellos no eran defensores de los banqueros, sino del derecho de vivir en democracia y en libertad. Por ejemplo, el presidente de CONFIEP declaró: “No estamos defendiendo los derechos de propiedad de los bancos privados, estamos defendiendo la democracia en nuestro país. Si no hay *democracia económica (sic)* no hay democracia en general” (Declaraciones de Ricardo Vega Llona. *El Comercio*, Lima, 31/07/87). Igualmente, el apoteósico mitin organizado por Vargas Llosa semanas después de que García anunciara la estatización de la banca, llevó el nombre de “Encuentro Cívico por la Defensa de la Libertad.” En este multitudinario mitin que contó con la asistencia de miles de peruanos (además de los millones de televidentes que gracias a la difusión a nivel nacional por las empresas privadas de televisión pudieron desde sus hogares ver el mitin realizado en el centro de Lima) Vargas Llosa señaló que tal evento había sido organizado para defender la democracia y la libertad de los peruanos y que la confrontación no era entre los ricos y pobres sino entre los peruanos y el estado (“Vargas Llosa invocó la rectificación de un error.” *El Comercio*, Lima, 22/08/87).

En general, a partir de 1987 en la campaña organizada por Vargas Llosa y su recientemente creado movimiento político Libertad, expresiones tales como *defensa de la propiedad privada* así como *defensa de la libre empresa* fueron constantemente invocadas como sinónimas de la expresión *defensa de la libertad de todos los peruanos*. (23) Por ejemplo, algunos de los anuncios que invitaban a participar en el mitin antes mencionado decían: “Todos los hombres libres protestemos en contra de la violación de la Constitución, defendamos nuestra libertad. Digamos no al gobierno totalitario, si a la libre empresa” (Aviso del movimiento político Libertad. *El Comercio*, Lima, 16/08/87). Los políticos y empresarios que demandaban el cambio de la política económica del gobierno, convocaban a respetar “valores humanos tales como libertad, democracia, paz, y derechos individuales” (Discurso institucional del Presidente de CADE 1987. *El Comercio*, Lima, 27/11/87). La declaración de principios del movimiento Libertad (creado por Vargas Llosa después de que García anunciara su intención de estatizar la banca) publicada en diversos diarios y revistas, señalaba que la implementación de una reforma de mercado era condición sine-qua-non para el desarrollo

económico del Perú y para que éste recuperara las características de una nación *libre y democrática* (Movimiento Libertad, declaración de principios. *El Comercio*, Lima, 13/03/88).

Segunda etapa - (julio 1988- agosto 1989)

Durante la segunda etapa, en contraste con la primera, el tema de la estatización de la banca no ocupó el centro de la discusión. **(24)** Sin embargo, el impacto que la decisión del gobierno de estatizar la banca tuvo en la élite empresarial y en círculos profesionales y de investigación al generar reacciones en contra del gobierno así como demandas por el cambio en la política económica, continuó en aumento. Los argumentos expresados por aquellos opuestos al gobierno de García señalaban los errores cometidos por éste en el manejo de la política económica, y a su vez presentaban la aplicación de reformas pro-libre mercado como la única salida que el Perú tenía para resolver la crisis económica. Aunque los argumentos en favor de la economía de mercado fueron elaborados en términos mucho más técnicos que aquellos utilizados durante la primera etapa antes descrita, el uso de cierto lenguaje y simbolismo continuó.

La práctica iniciada en la primera etapa respecto a la identificación de enemigos *internos* se mantuvo durante la segunda etapa, pero las críticas fueron más allá de considerar como enemigo de los peruanos sólo al gobierno de García. Esta vez las críticas y por lo tanto la definición de “enemigo” incluían al modelo de desarrollo económico hacia adentro basado en la industrialización y sustitución de importaciones (ISI), aplicado en el Perú desde la década de 1950. Las referencias al *gobierno totalitario* difundidas en la primera etapa fueron reemplazadas por expresiones que esta vez definían al estado peruano como el enemigo y opresor de los derechos de los peruanos.

Los temas que durante esta etapa fueron incluidos en los ensayos, estudios especializados, y artículos de prensa que apoyaban y difundían ideas en favor de la economía de mercado pueden ser clasificados en tres categorías:

a) Críticas en contra de la política económica del gobierno:

En 1988, debido al rápido incremento de la tasa de inflación, expertos en la materia advirtieron acerca de una posible hiperinflación si el gobierno no efectuaba inmediatos ajustes a la economía y no implementaba reformas pro-libre mercado. **(25)** Aunque los términos utilizados en los discursos,

artículos y ensayos publicados en la prensa eran de carácter más técnico que aquellos publicados el año anterior, no faltaron las analogías y metáforas al momento de describir los fallos incurridos por la administración de García en el manejo de la economía. Por ejemplo, la creciente tasa de inflación y la inhabilidad del gobierno para poder detenerla fueron comparadas con actos terroristas. Algunos artículos publicados en la prensa señalaban: “Inflación y terrorismo son dos grandes monstruos a los que hay que combatir, y si analizamos detenidamente, ambos monstruos están relacionados” (*El Comercio*, Lima, 3/08/88); “El gobierno está practicando terrorismo económico” (“Loret de Mola critica el terrorismo económico.” *El Comercio*, Lima, 6/08/88, A5).

Tal como ocurriera en la primera etapa, los promotores de las ideas pro-libre mercado también recurrieron al uso de analogías que comparaban la política económica del gobierno con situaciones que en otros países habían incentivado la expansión del socialismo o de actos “extremistas:

Quando la gente pierde la esperanza en el gobierno, es fácil que sea seducida por doctrinas raras que ofrecen un escape, una esperanza [...]: la Alemania de Weimar, con sus altos índices de inflación y el posterior ascenso de los Nazis es el más clásico ejemplo. Asimismo, la Rusia Czarista que después de la guerra tuvo que soportar alta inflación dejó el camino abierto para que los socialistas tomaran el poder y luego los Bolcheviques [...] Los únicos que se benefician con las crisis son los extremistas de cualquier bando. Esa es la fatal conclusión (“Un ‘paquete’ dos ‘paquetazos’...y alta inflación. *El Comercio*, Lima, 25/11/88).

b) El mensaje acerca de la obsolescencia del estado y del modelo económico basado en la industrialización y la sustitución de importaciones (ISI):

La élite empresarial cambió por completo su tradicional discurso que en anteriores décadas había apoyado la ISI, por uno que condenaba este modelo de desarrollo y la intervención del estado en la economía. Es importante notar que las críticas en contra de este modelo no mencionaban que inicialmente éste había permitido el crecimiento económico del país. Asimismo, el discurso de la élite empresarial no señalaba que el problema no residía en el modelo en sí sino precisamente en la manera en que éste había sido aplicado en el Perú otorgando grandes beneficios al sector empresarial que había usado y abusado de la protección al mercado interno. En vez de ello, el modelo en general fue criticado y descartado, y por ende no considerado como una vía de desarrollo o de solución a los

problemas económicos que enfrentaba el país. Por ejemplo, algunos de los líderes empresariales señalaron: “El modelo de sustitución de importaciones ha sido la causa de que el Perú perdiera su tren en la historia para alcanzar el desarrollo (Declaraciones del líder de CONFIEP Rafael Villegas. *El Comercio*, Lima, 8/04/88);” “La falla en la concepción y ejecución del modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones iniciado en la década de 1950 ha sido la causa estructural de la crisis económica que afecta al Perú (Declaraciones de Stanley Simons, gerente de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa. *El Comercio*, 8/04/88);” “Nuestro país está en el medio de la crisis económica debido a la falsa creencia de que el estado debe ser el distribuidor de la riqueza (Declaraciones de Gabriel Lanata, presidente de la Sociedad Nacional de Industrias. *El Comercio*, Lima, 17/04/88).”

c) El camino a seguir:

Durante esta etapa fueron extensamente difundidos a través de la media, especialmente la prensa escrita, múltiples reportes periodísticos, cartas dirigidas al gobierno de parte de las instituciones empresariales privadas, así como los discursos de renombrados economistas que apoyaban medidas que coincidían con las recomendaciones establecidas por las IFIs. Por ejemplo, la Sociedad Nacional de Industrias proponía las siguientes medidas para solucionar la crisis económica del Perú: austeridad fiscal, reducción de la burocracia estatal, privatización de todas las empresas del estado, simplificación de las medidas que regulan la actividad empresarial privada, la modificación de las normas laborales, y la liberalización de la economía (“Industriales dicen: males peruanos son desconfianza e ineficiencia.” *El Comercio*, Lima, 27/07/88).

El tema común mencionado en los artículos publicados en la prensa escrita, así como en las entrevistas transmitidas por radio y televisión, era “la necesidad de aplicar urgentemente un radical programa económico de ajuste estructural” (“¿En las puertas de la inflación?” *El Comercio*, Lima, 8/08/88). Los analistas que proponían este ajuste señalaban la irresponsabilidad del gobierno por aplicar en vez de un radical ajuste estructural, recetas gradualistas destinadas a fallar, (“Hiperinflación de 1988, fracaso del gradualismo.” *El Comercio*, Lima, 4/01/89; también consultar “Se insiste en desorden del gradualismo acelerado.” *El Comercio*, Lima, 30/04/89). Los críticos de la política económica del gobierno demandaban la necesidad de confrontar el déficit fiscal reduciendo el tamaño del estado, especialmente el de las empresas estatales, y su intervención en la economía.

Por ejemplo, algunos observaban: “El gobierno erróneamente insiste en preservar las empresas estatales que sin embargo solo incrementan el déficit del sector fiscal [...] y en evadir conversaciones con las instituciones financieras internacionales”. (“Un ‘paquete’, dos ‘paquetazos’, y alta inflación.” *El Comercio*, Lima, 25/11/88).

Con anterioridad a 1990, varios actores sociales estuvieron también continuamente demandando la pronta iniciación de un diálogo entre el gobierno y las IFIs con el fin de reparar la relación que había sido seriamente dañada por la negativa del presidente García de cumplir con las obligaciones de pago adeudadas por el Perú. Por ejemplo, varios comités de exportadores publicaron una carta en la prensa escrita solicitando al gobierno la elaboración de un coherente programa económico y el *urgente diálogo con las IFIs* (Carta de la Sociedad Nacional de Minería y Petróleo, ADEX, Comité de Exportadores de Algodón, Sociedad Nacional de Pesquería, Comité de Exportadores Peruanos, y la Asociación de Exportadores de Café, publicada en *El Comercio*, Lima, 2/11/88). Otro tema que fue continuamente mencionado en los artículos publicados por la prensa era el referido al extraordinario esfuerzo que varios países estaban desplegando a fin de poder negociar con las IFIs. Por ejemplo:

Mientras que en el Perú nuestros políticos están aún atrapados en dogmas y mitos del siglo pasado que condenan al Fondo Monetario Internacional, los países socialistas tales como Hungría, Yugoslavia y Polonia están haciendo buen uso de esta institución y abandonando la intervención y la administración planificada de la economía, optando en vez de ello por políticas de libre mercado

Hay muchas lecciones prácticas que aprender del extranjero: las reformas radicales aplicadas por la Hungría socialista y apoyadas por el FMI y el Banco Mundial [...] y la liberalización de la economía in India por Rajiv Ghandi el reconocido lider de los “No alineados” que sin embargo en 1988 recibirá tres mil millones de dólares del Banco Mundial [...]” (“¿Se podrá mantener el gradualismo? *El Comercio*, Lima, 16/07/88).

El Perú es el único país deudor que está rechazando todas las ofertas que desde Setiembre de 1988 en la Asamblea Anual de Berlín el FMI hiciera para ayudar a los países a pagar su deuda externa con el apoyo de los gobiernos de Occidente [...] A partir de aquella fecha Guyana al igual que Somalia han

firmado acuerdos con el FMI e iniciado la aplicación de reformas estructurales en sus economías. Zambia ha iniciado negociaciones con el FMI [...] Vietnam ha reforzado sus reformas iniciadas en 1986 y negociado un “shadow program” con el FMI a fin de poder pagar sus deudas (“Hay que pagar las deudas vencidas.” *El Comercio*, Lima, 29/08/89. También leer “Directorio FMI verá caso de los inelegibles como el Perú.” *El Comercio*, Lima, 7/07/88).

Los sondeos de opinión pública conducidos en el Perú a fines de la década del ochenta revelan una particular tendencia en favor de la aplicación de reformas pro-libre mercado. En efecto, estos sondeos muestran el considerable apoyo o por lo menos la opinión favorable de los entrevistados por medidas tales como aquellas promocionadas por las IFIs, y por la iniciación de negociaciones que pudieran permitir la reinsertión del Perú en la comunidad financiera internacional. Los sondeos de opinión conducidos en Abril de 1989 señalan que 71% de los entrevistados aprobaba la promoción de la inversión extranjera, 63% consideraba que la empresa privada era de beneficio para el país, 54% aceptaba que el sistema económico basado en la economía de mercado era la vía más adecuada a seguir, y 51% sugería que el estado debería dejar que el sector privado se encargara de las actividades de producción. En Mayo de 1989, 81% de los entrevistados consideraba que reduciendo el número de empresas estatales el estado podía ofrecer mejores servicios (APOYO, *Informe de Opinión*, 1989).

Tercera etapa – (agosto 1989 - diciembre 1992)

Durante esta etapa diversos eventos ocurrieron en la arena política: la campaña electoral por la presidencia y el congreso de la república, el triunfo de un novato político en las elecciones presidenciales, y la aplicación de un drástico programa de reforma económica destinado a reducir los gastos del estado y liberalizar el mercado. Dada esta diversidad de eventos y de actores políticos que lideraron en diferentes momentos la promoción de las ideas pro-libre mercado, esta etapa puede ser dividida en dos sub-etapas.

i) Primera sub-etapa (agosto 1989 – junio 1990):

Cuatro aspectos importantes caracterizan esta sub-etapa. Primero, la continua referencia a casos de reforma económica llevados a cabo en el extranjero, y considerados por los promotores de ideas de libre mercado como ejemplos que el Perú debería imitar. Segundo, el discurso pro-libre mercado

incluyó la detallada descripción de específicas reformas que permiten el avance de una economía abierta. Tercero, la difusión de un mensaje optimista, que brinda consuelo y esperanza, y enfatiza el supuesto potencial de las reformas de mercado para salvar al país. Ligado a este mensaje está la difusión del concepto de “modernidad,” definido por los promotores de las ideas de libre mercado como el estado de desarrollo alcanzado por los países ricos de Occidente. Cuarto, la intensa difusión de ideas pro-libre mercado a través de un discurso simple y ameno que explica complicados temas de economía en términos sencillos y accesibles que pueden ser entendidos por el ciudadano promedio.

a) La referencia a casos de reforma económica llevados a cabo en el extranjero:

Mientras que en las etapas precedentes los defensores de ideas pro-libre mercado utilizaron analogías que comparaban desafortunados casos históricos con la política económica seguida por el presidente García, durante la tercera etapa este discurso incluyó casos considerados “exitosos” y un ejemplo a seguir. La experiencia de los países del Sudeste Asiático fue uno de los ejemplos mencionados de manera recurrente y *casi obsesiva* por Vargas Llosa – el candidato presidencial de FREDEMO - en su empeño por promocionar la necesidad de cambio en la política económica del país. (Vargas Llosa, Álvaro, 1991: 74). Es importante señalar que el discurso pro-libre mercado sólo resaltaba los resultados macroeconómicos alcanzados por estos países y no mencionaba que había sido precisamente el estado y no la mano invisible del mercado el que había liderado el proceso de reforma económica, basado en planeamiento, protección de sectores específicos de la economía, y un estricto sistema de cambio y de control de capitales. (26) Tampoco hubo referencia al estilo autoritario de los regímenes que gobernaban estos países. Sólo algunos analistas que no compartían el discurso pro-libre mercado se referían a estos aspectos en estudios o artículos publicados en revistas especializadas (publicaciones de institutos de investigación en el área de ciencias sociales, de tendencia política centro-izquierda) que no eran ampliamente difundidas y por lo tanto no eran necesariamente leídas por el ciudadano promedio (27).

Los diarios, revistas, y los programas noticieros o de análisis político, transmitidos por televisión reportaban constantemente las actividades realizadas por Vargas Llosa, así como las de los demás promotores del discurso pro-libre mercado que constantemente ensalzaban el suceso económico de los países del Sudeste Asiático. Por ejemplo, los canales de televisión transmitieron a diario y especialmente en horario estelar el recorrido que del 27 de Septiembre al 14 de octubre de 1989

Vargas Llosa y otras figuras líderes de FREDEMO y del sector empresarial realizaron en el Sudeste Asiático (Vargas Llosa, Álvaro, 1991:74). La prensa escrita también reportó extensamente acerca de este viaje, subrayando la opinión favorable de Vargas Llosa respecto al desarrollo económico alcanzado por los países asiáticos (“Los candidatos y sus circunstancias.” *El Comercio*, Lima, 23/08/89) y sobretodo su admiración respecto a lo que él consideraba la vía correcta seguida para alcanzar la modernidad: el imitar las estrategias seguidas por los países de Occidente. (28) En las palabras de Vargas Llosa:

Lo que los países Asiáticos demuestran es que cualquier país en el mundo puede alcanzar el desarrollo y la prosperidad económica [...] puede sobrepasar sus limitaciones económicas, culturales y políticas, basado en el esfuerzo y en una inteligente percepción de la modernidad.... El denominador común entre las experiencias exitosas de los países de Asia y los de Occidente es el libre mercado, la sociedad democrática, y su orientación *liberal (sic)*. (*Caretas*, 30 de octubre, 1989, pp. 32-35 [Énfasis añadido, A.H.]) (32)

La media, principalmente la prensa escrita, también publicó extensamente (aunque de manera parcial) información acerca de los países Latinoamericanos que habían optado por la aplicación de reformas pro-libre mercado. Las experiencias de reforma económica en Chile y Bolivia fueron continuamente mencionadas como casos exitosos por periodistas, políticos, profesores universitarios y empresarios que apoyaban las ideas pro-libre mercado. (29) Por ejemplo, en sus comentarios acerca del programa de ajuste y reforma neoliberal emprendidos en Bolivia algunos artículos periodísticos señalaban:

El presidente boliviano Paz Estenssoro se vindicó históricamente porque de ser un gobernante irresponsable que buscaba aplicar políticas de estatización se convirtió en el heroe San Jorge que mató al dragón hiperinflacionario. (“El ejemplo boliviano contra la inflación.” *El Comercio*, Lima, 2/07/89).

El gobierno de Paz Estenssoro echó al tacho de basura [...] las fallidas teorías de economía [de desarrollo hacia adentro] (“Releamos el caso boliviano.” *El Comercio*, Lima, 5/08/90).

Abjurando su pasado socialista el presidente Jaime Paz Zamora está decidido a mantener la estabilidad económica recuperada por Bolivia (“Sector privado dirigirá economía en Bolivia.” *El Comercio*, Lima, 30/08/89).

No hay vías graduales para vencer la hiperinflación. Es necesario adoptar medidas de ajuste radicales y aunque es duro, no hay otra alternativa que sea efectiva [...] (“De cómo los bolivianos pudieron derrotar la inflación” *El Comercio*, Lima, 30/01/90).

Cabe mencionar que la media y los demás promotores de reformas de libre mercado subrayaban sólo algunos aspectos específicos del “milagro Boliviano” y dejaban de lado cualquier comentario negativo. Por ejemplo, no hubo referencia al alto porcentaje de desempleo en Bolivia ni a la falta de servicios sociales básicos para los más pobres. Tampoco se mencionaba que la industria Boliviana se había reducido al máximo y que ésta no podía reactivarse debido a que el mercado doméstico también se había reducido como resultado de la competencia de importaciones y la inminente disminución del poder adquisitivo de los trabajadores (esto último relacionado a la restricción de salarios y el incremento de desempleo, importantes componentes del programa de reforma económica neoliberal) (Jiménez, 1990: 62-64). Sólo algunos pocos analistas mencionaban los otros resultados de la aplicación de reformas pro-libre mercado en la economía Boliviana. Sin embargo, sus comentarios eran publicados por revistas especializadas de corte centro-izquierda que no llegaban al ciudadano común con la velocidad y larga cobertura que desde finales de los años ochenta caracterizaron las publicaciones que promocionaban el discurso pro-libre mercado.

El caso chileno de reforma económica pro-libre mercado también fue largamente promocionado como un ejemplo que el Perú debería seguir. Al igual que en los comentarios acerca de las experiencias de reforma económica en el Sudeste Asiático y en Bolivia, las referencias al caso Chileno subrayaban sólo los avances macroeconómicos logrados mediante la aplicación de reformas pro-libre mercado y no hacían comentario alguno del incremento en la desigualdad ni del contexto político autoritario en medio del cual estas reformas habían sido llevadas a cabo.

b) La detallada explicación de las reformas de libre mercado:

Uno de los objetivos de Vargas Llosa era que en las elecciones presidenciales de 1990 los peruanos lo apoyaran a él como candidato presidencial pero sobretodo que apoyaran su programa económico. Con este propósito Vargas Llosa y su movimiento político Libertad organizaron una *campaña de ideas*, concebida como un esfuerzo por mostrar en un estilo pedagógico y simple sus ideas pro-libre mercado y el contenido de las reformas que en esta línea habían sido incluidas en su programa económico (Vargas Llosa, Mario, 1994: 364-366 [Énfasis añadido A.H.]). El objetivo era crear tal consenso que “en la agenda de los peruanos no hubiera sino una sola vía de confrontar la inflación y de generar crecimiento económico y empleo” (Vargas Llosa, Álvaro, 1991: 33).

La detallada y extensa difusión de las reformas económicas a ser aplicadas en la eventualidad de que Vargas Llosa ganara la presidencia, era una estrategia política sin precedente alguno. En anteriores campañas electorales ningún candidato presidencial había sido tan específico en la explicación del contenido de su programa económico y mucho menos incluido en sus discursos un ataque frontal en contra del estado, ni señalado que su gobierno drásticamente reduciría el tamaño del sector estatal. **(30)** Por ejemplo, en 1980 los anuncios publicitarios del entonces candidato presidencial Belaúnde habían anunciado que el suyo sería un “gobierno que trabaja y que deje trabajar” y que proveería “un millón de empleos.” Asimismo, en la campaña electoral para la presidencia en 1985, García había mencionado que el suyo sería un gobierno “para todos los peruanos.” En cambio, en claro contraste con el tenor de previas campañas presidenciales, desde 1998 - incluso antes de la creación de FREDEMO –Vargas Llosa y los miembros de Libertad habían estado anunciando sus planes de aplicar reformas en favor del libre mercado **(31)**.

En diciembre de 1989, cuatro meses antes de las elecciones, Vargas Llosa presentó su plan de gobierno titulado *Acción para el cambio*. En éste Vargas Llosa explicaba que el primer paso de su gobierno en política económica sería la aplicación de un programa radical de estabilización dirigido a detener la inflación. Posteriormente, el plan señalaba, el programa de estabilización sería suplementado con medidas destinadas a transformar la estructura económica del país: la masiva privatización de las empresas del estado, el corte de todo privilegio o concesión otorgados al sector privado, la liberalización de la economía, la flexibilización de las leyes en materia laboral, y la drástica reducción del sector de la administración pública.

c) El mensaje de “esperanza”:

Vargas Llosa y la coalición política FREDEMO así como los demás promotores de ideas de libre mercado prometían en sus discursos que la reformas en línea con estas ideas indudablemente ayudarían a que el Perú pudiera vencer su crisis económica e institucional. Los diversos anuncios publicitarios proclamaban: “Nos costará, pero juntos haremos el gran cambio.” Con el fin de subrayar la importancia de este cambio, la retórica en favor del mercado incluyó en esta etapa diversos símbolos y metáforas.

Tal como acertadamente explica Wilson, el uso de metáforas en el discurso político tiene una dinámica peculiar y efectiva en la transmisión de ideas centrales (Wilson, 1990: 125-127). **(32)** Los políticos repiten sus mensajes más importantes en diversas formas. El objetivo es aumentar y asegurar la posibilidad de que el público entienda el mensaje en la manera que los políticos pretenden que su mensaje sea entendido. La repetición no se da necesariamente palabra por palabra sino a través de ideas o formas cognitivas: una metáfora principal puede servir de base para comentarios adicionales, o sino alternativamente, un conjunto de metáforas puede crear un concepto clave a través de su frecuente uso.

La repetición de metáforas se puede dar en dos niveles. El primero de estos niveles es local: el selectivo y repetido uso de metáforas se da dentro del marco de un mismo discurso. El segundo nivel, al cual Wilson denomina “global” opera a través de varios ejemplos individuales repetidos en varios discursos e indica una posición ideológica. Ambos niveles, local y global, sirven para desarrollar y reforzar una “posición clave” *landmark assumption*. **(33)** Asimismo, puede haber una relación entre ambos niveles: una interpretación dada en el nivel “local” puede ser confirmada por la retórica a nivel global. A su vez, la repetición de la metáfora a nivel local puede servir como el primer paso hacia la formación de un concepto central.

Un ejemplo de la repetición de metáforas al nivel “local” se da en la entrevista que Vargas Llosa ofreciera al diario Expreso, y que fuera publicada en una edición especial de veinte páginas el 27 de agosto de 1989. En esta entrevista Vargas Llosa comentó:

No hay otro remedio. Esto es, si una pierna está con gangrena, es necesario cortar esa pierna. De otro modo, el enfermo se muere. Esta es la situación en la que el Perú se encuentra hoy. O se aplica un programa económico de shock de una manera inteligente a fin de poder salvar al país de esta situación de crisis, o la realidad misma impondrá un shock y se convertirá en una situación permanente de barbarie, en una sociedad africanizada” (*Expreso*, Lima, 27/08/89, p. 5).

Vargas Llosa también aclaró en esta entrevista que su misión – una de las razones por las cuales él estaba postulando a la presidencia – era salvar al Perú de la situación de *barbarie* en medio de la cual se encontraba (*Expreso*, Lima, 27/08/89, p. 6 [Énfasis añadido A.H.]). Al respecto, Vargas Llosa sostenía que la transformación del estado era crucial, lo cual implicaba la eliminación de la *burocracia parásita* que impedía al estado trabajar apropiadamente y que privaba a la sociedad civil de tener acceso al mercado (*Expreso*, Lima, 27/08/89, p. 6 [Énfasis añadido A.H.]).”

Aunque a primera instancia la metáfora utilizada por Vargas Llosa puede ser entendida independientemente (por ejemplo: la pierna con gangrena puede ser identificada con la situación de crisis económica que el Perú estaba atravesando) dadas las características del discurso en el cual fue mencionada adquiere una importancia que va más allá de una metáfora individual. En efecto, hay un concepto principal básico que liga “la intervención del estado en la economía” con una situación de enfermedad grave. Sin embargo, la continuación de esta intervención del estado está asociada en este discurso con una situación adicional de fracaso y destrucción, que Vargas Llosa identifica con la posibilidad de que el Perú se convierta en una “sociedad bárbara, africanizada” (*Expreso*, Lima, 27/08/89, 6). Cada metáfora utilizada en este discurso da paso a la siguiente en la creación de una imagen en la que el país aparece aún más débil y sin esperanza.

Un proceso similar – aunque en dirección opuesta – ocurre en la presentación del programa de estabilización y la aplicación de reformas de libre mercado. Estas reformas son presentadas como “la única cura posible” para la aludida enfermedad, la única vía de escape para que el Perú no se convierta en un país “salvaje.” Vargas Llosa declaró: “El estado debe garantizar la vigencia de un sistema de libre mercado [...] Esta es la única manera de asegurar la salud económica y social” (*Expreso*, Lima, 27/08/89, p. 10). Temas tales como el fracaso del estado y la oportunidad de

sobrevivencia y éxito que ofrece el mercado, constituyeron la posición clave (*landmark assumption*) que mediante la repetición de metáforas Vargas Llosa subrayó en la entrevista aludida.

Del mismo modo, la estructura global de la retórica de Vargas Llosa – a través de las varias entrevistas concedidas a la prensa y discursos emitidos durante su campaña presidencial – está caracterizada por la repetición de metáforas centrales y símbolos similares a los utilizados en la entrevista descrita en los párrafos anteriores. Durante sus múltiples visitas a las provincias del Perú, Vargas Llosa continuó explicando en detalle y en un estilo pedagógico sus propuestas de reforma de la economía. Vargas Llosa señalaba que inicialmente la aplicación de las reformas de libre mercado implicaría un sacrificio para la mayoría de la población, pero también subrayaba el hecho de que las ventajas derivadas serían mayores. Sus argumentos y predicciones así como las de sus colaboradores reflejaban la exagerada confianza puesta en las posibilidades que la economía de mercado ofrecía al Perú. Tanto Vargas Llosa como sus colaboradores anunciaban los futuros resultados de las reformas como si fueran hechos consumados, no sujetos a duda alguna.

Además de asegurar que la liberalización de la economía aumentaría la eficiencia del sector empresarial, Vargas Llosa continuamente exaltaba la bonanza económica que supuestamente vendría después de que el estado no interviniera más. La liquidación de las empresas estatales extendería el número de propiedades y de propietarios ya que los trabajadores tendrían la posibilidad de adquirir acciones de las firmas estatales en las que habían trabajado una vez que éstas fueran privatizadas (Vargas Llosa, Álvaro, 1991: 85). La reducción de la intervención del estado en la economía permitiría el inmediato acceso de los trabajadores informales al sistema formal. Vargas Llosa continuamente mencionaba: “Hagamos del Perú un país en el que todos sean propietarios y empresarios.”

El discurso de “modernidad” repetido por Vargas Llosa también caracterizó la retórica en favor del mercado. Desde 1987 Vargas Llosa había declarado que la aplicación de medidas de libre mercado era la única vía que el Perú tenía para alcanzar un óptimo grado de desarrollo, un estado de *modernidad*. En 1989, una vez elegido formalmente como candidato a la presidencia Vargas Llosa introdujo en la campaña electoral su visión de *modernidad* y tal como menciona el renombrado

analista político Degregori (1991), “con obsesiva insistencia puso tal visión al centro del debate político nacional” (Degregori *et al.*, 1991: 73).

En efecto, las declaraciones acerca de la necesidad de que el país se convirtiera en una sociedad moderna – entendida como una sociedad en la que el individualismo y el sistema de libre mercado reinasen - constituyeron gran parte de los discursos que a lo largo del país Vargas Llosa y sus seguidores difundieron. Por ejemplo, en varias oportunidades Vargas Llosa declaró: “Yo decididamente apoyo la tradición occidental que promueve el individualismo [...] Para mí, alcanzar la modernidad es una prioridad y tenemos que promoverla porque es la única manera en la que podemos poner fin o reducir radicalmente el sufrimiento en el Perú” (*Expreso*, Lima, 27/08/89, p. 12).

Estamos buscando un mandato que apoye nuestras ideas de modernidad y desarrollo [...] La gente decidirá si están a favor o no de una sociedad moderna, democrática, una sociedad liberal con un mercado abierto que promueva la empresa y propiedad privada. (*El Comercio*, Lima, 29/01/90, p. A4).

Es necesario optar clara y resueltamente por el mercado, por la iniciativa privada e individual si queremos dejar en el más corto plazo posible esta situación de pobreza. Esta es la única manera en contra del fallido estatismo, colectivismo, y populismo demagógico (“Solo si atacamos en sus raíces el mal de la pobreza, podremos salvarnos.” *El Comercio*, Lima, 10/03/90).

La afirmación de que la modernización del país era necesaria y que sólo podría ser alcanzada a través de la aplicación de reformas de libre mercado se convirtió prácticamente en un mito en el discurso político al inicio de la década del noventa. Los mitos en política son creados después de repetir ciertas expresiones continuamente en la arena pública, muy aparte de que su contenido sea cierto o falso. (34) Al respecto Sarbin sugiere que la transformación de las metáforas en mito es un fenómeno social y especialmente un fenómeno político (Sarbin, citado por Edelman, 1976: 17). Edelman señala que a través del uso de metáforas, la evocación lingüística de los mitos es más efectiva (Edelman, 1976: 17). Según Wilson (1990) mientras la metáfora individual indica una simple comparación entre la realidad y la imagen presentada en la metáfora, la repetición de metáforas a

través del tiempo tiene un impacto mayor en el entendimiento que la opinión pública tiene de determinada situación: el público tiende a aceptar tal imagen en un sentido cognitivo y literal (Wilson, 1990: 129).

Durante el periodo bajo estudio, la repetición de metáforas a través de las cuales se pretendía subrayar la ineficiencia del estado en contraste con el alto potencial brindado por el sistema de libre mercado fue una de las características más resaltantes del discurso político de los defensores de las ideas pro-libre mercado. Al respecto, tomando en consideración la explicación que ofrece Wilson (1990:128), es posible afirmar que en el discurso político peruano difundido hacia fines de la década del ochenta y durante la década del noventa, hubo una evidente “interacción entre las estructuras global y local” en el uso de metáforas. En efecto, el uso de metáforas, símbolos, y mitos, se dio en una secuencia en la que cada representación servía como confirmación de la idea clave inicialmente presentada. La siguiente sección describe cómo se llevó a cabo este proceso.

d) La extensa e intensiva difusión de ideas de libre mercado a través de un discurso simple, susceptible de ser entendido por el ciudadano común:

El grupo Libertad y CONFIEP trabajaron intensamente por difundir las ideas de libre mercado en todos los sectores de la sociedad civil. En este esfuerzo Libertad imprimió boletines, pancartas y avisos que fueron distribuidos gratuitamente en los barrios y zonas rurales de Lima y provincias. Estos materiales no eran los típicos panfletos publicitarios que promovían la imagen de un determinado candidato, sino materiales de información que contenían explicaciones detalladas del sistema de libre mercado y que eran presentadas a través de lecciones simples e historietas, algunas en el formato de tiras cómicas. La importancia del libre mercado y la necesidad de reducir la intervención del estado en la economía eran los temas centrales en estos variados materiales impresos. El propósito era explicar a través de caricaturas, dibujos, y el uso de definiciones simples que la política económica propuesta por Vargas Llosa produciría en poco tiempo “múltiples oportunidades para todos” (Vargas Llosa, Álvaro, 1991: 37). Por ejemplo, una de las historietas presentadas se titulaba *pateando latas*, popular expresión que en el argón peruano significa estar desempleado y sin dinero. En esta historieta se prometía que la situación de desempleo y desesperanza – definida en el discurso pro-libre mercado como el resultado directo del fracaso del estado - se convertiría en lo opuesto dentro de un sistema de libre mercado en el que el sector privado

reclutaría trabajadores que además de gozar de un decente poder de adquisición tendrían acceso a productos mejores y baratos como consecuencia de la apertura del mercado nacional a la inversión y productos extranjeros (Vargas Llosa, Álvaro, 1991: 37) **(35)**

Por su parte CONFIEP lanzó, especialmente desde 1989 y con el propósito de convencer e instruir a los peruanos acerca de los beneficios de una economía de libre mercado, publicaciones en simples formatos que eran distribuidas gratuitamente. Una de éstas era una pequeña revista que se adjuntaba quincenalmente al diario *El Comercio*. La otra publicación era un boletín informativo que se adjuntaba a la revista *Caretas*, una de las revistas semanales de mayor venta en el Perú. En 1990 CONFIEP también distribuyó el boletín *Empresa Privada* que era repartido gratuitamente de manera individual o era insertado al diario *El Comercio*. En la página editorial del primer número de este boletín CONFIEP señalaba:

El espíritu que nos anima en esta empresa es poner fin a esta dramática situación de contrabando conceptual que la clase política ha creado en el discurso acerca de la economía. Brindando acceso al adecuado conocimiento de la economía en este tiempo crucial para nuestro país, estamos dando a los peruanos la posibilidad de participar apropiadamente en la discusión acerca de la política económica (“Empresa Privada” publicación institucional de CONFIEP, Lima, 1990).

La revista distribuida con el diario *El Comercio*, llevaba el título *Economía para todos*. Sin embargo, esta revista tenía varias secciones cuyo propósito era no necesariamente brindar conocimientos de economía sino particularmente enviar un contundente mensaje pro-libre mercado. En efecto, esta revista incluía artículos redactados en un lenguaje simple, fácilmente entendible, e historietas narradas en el formato de fábulas o de tiras cómicas. Una de las secciones contenía un diccionario que con la ayuda de dibujos y caricaturas brindaba definiciones técnicas de términos económicos a través de palabras sencillas y un vocabulario cotidiano, así como crucigramas y juegos de palabras en los que abundaban temas referidos al libre mercado. La publicación especial adjuntada a la revista semanal *Caretas*, llevaba por título *CONFIEP Propone: Una visión para el cambio*. Aunque esta publicación incluía artículos en los cuales el discurso era mucho más técnico que el de aquellos

adjuntados al diario El Comercio, también era de fácil lectura y estaba dirigida al público en general, a lectores no necesariamente entrenados en economía.

Todas las publicaciones antes mencionadas señalaban como causa principal de los problemas que afectaban al Perú la desmedida intervención del estado en la economía. Asimismo, todas ellas en su esfuerzo por atraer al público usaban un lenguaje fácilmente entendible en el cual resaltaba el uso de metáforas, analogías y símbolos al explicar aspectos económicos complicados tales como las causas y problemas derivados de la inflación, el déficit fiscal, la emisión monetaria artificial, la reforma tributaria, y el programa de estabilización, entre otros. **(36)** Por ejemplo:

El mercado es la gran invención de la humanidad [...] Recientemente muchos están hablando acerca de la “filosofía del libre mercado” [...] Cuando nos quejamos de que la pequeña tienda de la esquina vende sólo una marca de aceite de cocina y que éste es muy caro o que la única compañía de teléfonos ofrece un servicio muy malo, lo que estamos haciendo es defender nuestro derecho a elegir. Estamos hablando del libre mercado. Si podemos comprar sólo una marca de aceite de cocina, o si para tener acceso al servicio telefónico tenemos que pedirlo a la única compañía que administra este servicio, no somos libres de elegir lo que queremos [...] Desde la pequeña tienda en la esquina hasta la bolsa de valores, la real fuerza está en el libre mercado (“La filosofía del libre mercado,” *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” publicada en *El Comercio*, 29/08/89).

En general, los artículos incluidos en estas publicaciones especiales describían los efectos negativos del control ejercido por el estado y por las empresas estatales, y subrayaban los efectos positivos que supuestamente traería consigo un proceso de privatización, así como la flexibilización de lo que calificaban como *rígida* legislación laboral (“Embalse: una bomba de tiempo...” *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 13/01/90, “La flexibilización del mercado laboral,” *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 03/03/ 90. [Énfasis añadido A.H.]). Por ejemplo, algunos artículos indicaban que era necesario que los peruanos reflexionaran acerca del malentendido histórico que había empujado al Perú hacia una situación mediocre en vez de una de progreso. La aplicación de la política de sustitución de importaciones fue tildada como “el más terrible malentendido histórico ocurrido en el Perú.” De

igual modo, la ley aprobada en 1959 que promovía la industria fue descrita como *la partida de nacimiento del populismo económico*, que había llevado al Perú a renunciar a cualquier esfuerzo por ser competitivo y a optar por la mediocridad (“Un malentendido,” *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” publicado en *El Comercio*, 2/06/90 ([Énfasis añadido A.H.]).

Cada una de las fábulas incluídas en las publicaciones especiales distribuídas con la revista *Caretas* finalizaba con una moraleja que a manera de conclusión señalaba que el estado era el más serio obstáculo para lograr el progreso (“Fábula de la reina abeja controladora [o del burocratismo],” en *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” publicado en *El Comercio*, Lima, 29/08/89). Las fábulas comparaban al estado con personajes negligentes y ridículos (por ejemplo, el estado era presentado como un hombre obeso y torpe que no tenía las cualidades necesarias para administrar su negocio) y a los trabajadores estatales con animales pesados, lentos y flojos (“Fábula: El gordo regalón [o la historia de los déficit fiscal] (sic),” en *Economía para todos*, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, Lima, 2/12/89).

ii) Segunda sub-etapa (junio 1990- diciembre 1992)

En las elecciones de Abril 1990, Vargas Llosa obtuvo el mayor número de votos pero no la mayoría requerida por la Constitución Peruana para ser declarado presidente, por ello tuvo que participar en una segunda ronda electoral en junio de 1990 en la que su contrincante Alberto Fujimori obtuvo el triunfo. Aunque en la segunda vuelta Vargas Llosa perdió las elecciones presidenciales, su mensaje pro-libre mercado y su programa económico no fueron vencidos. Al contrario, tal como los eventos posteriores a la segunda vuelta lo demuestran, su discurso político pro-libre mercado le sobrevivió largamente.

En el discurso político del nuevo presidente electo Alberto Fujimori y en el de los funcionarios nombrados por éste hubo también el uso selectivo y repetido de metáforas, analogías y símbolos que resultaron en una retórica global en favor de las reformas de libre mercado. Una semana después de haber sido elegido presidente, es decir seis semanas antes de asumir formalmente su cargo, Fujimori modificó el discurso que había utilizado durante su campaña electoral. Sus acciones y palabras indicaban que él no aplicaría una política económica gradual de ajuste, sino medidas muy similares a las que su adversario electoral había presentado.

En efecto, inmediatamente después de haber sido elegido presidente Fujimori repitió exactamente el discurso que Vargas Llosa y sus seguidores habían promocionado durante los tres años anteriores a las elecciones de 1990 (“Fujimori anunció que atraerá inversión extranjera variando las garantías y condiciones.” Ver también “Futuro nuevo gobierno será de orden y disciplina; iniciará racionalización de funciones burocráticas.” *El Comercio*, Lima, 22/06/90). Fujimori subrayó la necesidad de reinsertar al Perú en la comunidad financiera internacional, aseguró que era inevitable la aplicación de políticas de estabilización y de liberalización de la economía y afirmó que él llevaría a cabo en el país “una *perestroika* peruana” (“Fujimori tendrá que crear condiciones internas que permitan negociar con FMI,” “Fujimori habló de una Perestroika a la Peruana,” *El Comercio*, 30/06/90, p. A4). En su discurso inaugural el 28 de julio de 1990 Fujimori señaló que había heredado “un desastre, una economía de guerra,” y que por eso, aunque los peruanos deberían ser los protagonistas de su propio destino, era necesario con el fin de generar el proceso de desarrollo nacional atraer el capital y tecnología extranjeros (“Heredamos un desastre, con una caída estrepitosa de la producción y la inversión.” *El Comercio*, Lima, 29/07/90).

En general, el discurso de Fujimori presentaba la misma secuencia de mensajes incluidos en el discurso presentado por Vargas Llosa: primero dirigía un mensaje advirtiendo acerca de la amenaza que pendía sobre el país si no se llevaba a cabo un radical cambio en la política económica, y luego suplementaba tal mensaje con otro de esperanza ligado a la aplicación de reformas de libre mercado. En efecto, en primer lugar Fujimori lanzó un fuerte ataque en contra del gobierno de García, especialmente en contra de su política económica, y también severas críticas al estado y sus instituciones. (37) Seguidamente Fujimori explicó la determinación de su gobierno por alcanzar una nueva etapa de desarrollo – la modernidad – a través de la aplicación de reformas de ajuste destinadas a reducir la intervención del estado en la economía y liberalizar el mercado con el fin de atraer inversión extranjera. También hubo en el discurso de Fujimori – al igual que en el de Vargas Llosa y sus seguidores - una continua referencia a los países del Sur-Este de Asia como ejemplos que el Perú debería seguir.

En cuanto al discurso de los funcionarios que Fujimori designara, destaca el de Carlos Boloña ministro de economía nombrado en Febrero de 1991. Las presentaciones de Boloña en la media y en

diversas instituciones privadas o del estado dominaron la agenda política durante los primeros años del gobierno de Fujimori. (Carrión, 1997: 291) El discurso de Boloña también mencionaba que el enemigo no era extranjero sino doméstico y que los problemas económicos del Perú no eran el resultado de una situación estructural de dependencia o del sistema internacional jerárquico en el que los países avanzados explotan a los países de la periferia. Todo lo contrario, al respecto Boloña señalaba: “No culpemos a los demás. Nosotros hemos generado este desastre y nosotros mismos tenemos que resolverlo” (“Boloña sugirió revisar el concepto de concertación.” *El Comercio*, Lima, 23/08/91).

Asimismo, palabras tales como “*eficiencia, oportunidad, competencia, libre mercado,*” y otras en esa línea abundaban en el discurso político peruano de los primeros años de la década del noventa. Por ejemplo, Boloña declaró en una oportunidad: “La ética tiene que ser dejada de lado. Yo soy pragmático y busco soluciones que funcionen. El mundo está buscando eficiencia y el mercado nos la puede brindar” (*Resumen Semanal*, Lima, 21/11/91).

Respecto al uso de analogías, tal como señalara anteriormente, algunos de los que se opusieron a la estatización de la banca habían comparado la política económica del presidente García con actos terroristas. En 1991 el ministro de economía Carlos Boloña también hizo comparaciones en esa línea. En una entrevista en la radio que luego fuera diseminada por la prensa escrita Boloña sugirió: Los nombres de los dos terroristas más peligrosos en el Perú comienzan con las iniciales A.G.: Abimael Guzmán y Alan García. El primero es un terrorista tradicional que ha causado muerte y destrucción en el Perú. El segundo [...] en sólo cinco años ha causado un deterioro económico y un nivel de pobreza más grande que el causado por Guzmán.” (Boloña, 1993:5).

El mensaje de corte alentador, de esperanza, estuvo presente durante esta etapa tanto en el discurso de Fujimori como en el de Boloña. Ambos se referían constantemente por un lado a las supuestas virtudes del mercado, y por otro a los beneficios derivados de obtener la reinscripción del Perú en el sistema financiero internacional.

En suma, el contenido del mensaje pro-libre mercado difundido en la tercera etapa difiere en gran parte del mensaje promocionado durante la primera (por ejemplo, el tema de la estatización de la

banca ya no es mencionado) y técnicamente es más específico que el correspondiente a la segunda etapa. No obstante estas diferencias, los mensajes difundidos durante estas tres etapas están interconectados. Precisamente, con el fin de poder analizar su impacto en la opinión pública, es necesario tomar en cuenta las características del discurso utilizado en cada una de las etapas precedentes y observar el aspecto que cual hilo conductor los conecta con el discurso de la tercera etapa bajo estudio.

Recapitulando, en la primera etapa hay una evidente referencia a situaciones peligrosas, de amenaza para el país. Aquellos que se opusieron a la estatización de la banca identificaron al gobierno de García no sólo como una amenaza en contra del capital privado sino también como un régimen totalitario y por ende, como una amenaza a la libertad de todos los peruanos. En la segunda etapa la evocación de amenaza continuó pero esta vez asociada no con una persona o un gobierno en particular, sino con el "estado intervencionista" y por lo tanto, con la aplicación de un modelo de desarrollo económico liderado por el estado. Durante la tercera etapa se da énfasis al mensaje alentador, de esperanza. La aplicación de reformas de libre mercado fue presentada como la única vía a través de la cual el Perú podía confrontar las supuestas amenazas "impuestas por el estado intervencionista," amenazas que durante la primera y segunda etapa los promotores de ideas pro-libre mercado describieron de manera bastante peculiar.

Edelman sugiere que en la evocación de amenaza y en la de esperanza el primordial símbolo político es el de "seguridad".

A través de la evocación de amenaza y luego de esperanza, los líderes pueden ganar adeptos ya que la gente estará más dispuesta a aceptar sacrificios y a prestar apoyo [...] A los gobiernos y a las personas que aspiran a ser líderes políticos les conviene que la gente esté ansiosa acerca de su seguridad para así poder atraerlos presentándoles un mensaje político que provea esperanza [...] (Edelman, 1976: 4-5).

En el caso peruano bajo análisis, el hilo conductor que conecta a las tres etapas antes descritas es la implícita referencia al símbolo de *seguridad*. Tanto Vargas Llosa como sus seguidores así como Fujimori y los encargados de aplicar el programa de reforma económica recurrieron al uso de este

símbolo. Una vez elegido presidente Fujimori explotó hábilmente el discurso de Vargas Llosa y a través de la repetición de los mensajes de amenaza y de esperanza pudo convocar el apoyo del público por el programa de libre mercado aludiendo al potencial que éste tenía para proteger la seguridad de los peruanos.

El rol de actores no estatales: la prensa escrita y los institutos de investigación

Es importante resaltar el hecho de que en las tres etapas analizadas anteriormente, además de los esfuerzos liderados por Vargas Llosa y su movimiento político Libertad, otros actores no estatales también cumplieron un rol preponderante en la construcción y difusión del discurso pro-libre mercado. Este es el caso de la prensa, y de algunos institutos de investigación (*think-tanks*).

En efecto, tal como mencioné anteriormente, la prensa escrita no se limitó simplemente a publicar los documentos que en su afán de promover las ideas pro-libre mercado CONFIEP y FREDEMO habían elaborado. Todo lo contrario, especialmente los periódicos de mayor circulación en el Perú: *El Comercio*, *Expreso*, y *Ojo*, y la revista *Oiga*, activamente participaron en la promoción de tales ideas. Estos medios de prensa reportaron extensamente acerca de la oposición liderada por Vargas Llosa en contra de la estatización de la banca, las actividades encaminadas a la promoción del discurso pro-libre mercado, y la campaña electoral de Vargas Llosa para las elecciones presidenciales a llevarse a cabo en Abril de 1990. Los reportes periodísticos incluían comentarios muy favorables acerca de las conferencias realizadas en Lima y provincias en los que se presentaba al programa de ajuste y a las reformas de libre mercado como las únicas medidas que podían solucionar la crisis económica del país. Los artículos elaborados por profesionales, intelectuales, o políticos que apoyaban las ideas de libre mercado y abogaban por la implementación de reformas de corte neoliberal inundaron las páginas de estos diarios y revistas. (38) Los reportes que comentaban los resultados de los sondeos de opinión pública que indicaban el incremento del apoyo expresado por varios sectores de la sociedad peruana en favor de la aplicación de una economía de mercado fueron también constantemente resaltados por la prensa, acompañados de gráficos y sumillas que explicaban de manera sencilla estos resultados.

Después de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, es decir ante el inminente triunfo de Alberto Fujimori, la prensa que tan sólidamente había hasta entonces apoyado la candidatura de

Vargas Llosa y su proyecto de política económica basado en la implementación de una economía de mercado, optó por apoyar al recientemente elegido presidente cuando éste dio a conocer la dirección que en política económica su gobierno seguiría. Por ejemplo, *El Comercio* señalaba:

El presidente electo ha decidido cambiar su política económica, optando por poner un alto a nuestro auto-alejamiento en el problema de la deuda externa. Al no poner atención a los absurdos prejuicios anti-monetaristas del presidente García, el señor Fujimori iniciará conversaciones con el Sr. Camdessus, presidente del FMI (Luis Miró Quesada, “La Aproximación al FMI hace cambiar de óptica.” Página Editorial, *El Comercio*, Lima, 26/06/90).

En un saludable gesto de alguien que no quiere engañarse axial mismo respecto a la crisis que el país está viviendo y que no está dispuesto a engañarle al país [...] el presidente Fujimori ha hecho una adecuada descripción de nuestra patética situación económica (“Fujimori puso los puntos sobre las íes.” *El Comercio*, 30/06/90, p. A4).

Una constante en el discurso inaugural del presidente ha sido la propuesta ética de lo que el estado deberá ser de ahora en adelante [...] Resaltan el deseo de abandonar la absurda autarquía en economía, el lograr la reinserción del país en el sistema financiero internacional, y el anuncio de que la excesiva participación del estado en la relación entre los trabajadores y los dueños de las empresas será restringida (“Planteamiento ético de lo que debe ser el Estado.” *El Comercio*, 29/07/90).

Respecto al rol de los think tanks en la difusión de ideas pro-libre mercado, cabe destacar los esfuerzos desplegados por APOYO y el ILD. Hacia finales de la década del ochenta estas instituciones creadas en 1979 y en 1981 respectivamente, habían adquirido muy buena reputación no sólo a nivel nacional sino también internacional, extendido sus áreas de investigación y servicios de consultoría, y en consecuencia, reforzado su presupuesto económico. Estos avances les permitieron cumplir un rol mucho más importante e influyente en la difusión de sus ideas que aquel que pudieron haber tenido a comienzos de la década del ochenta.

Por ejemplo, desde el momento de su creación en 1979 APOYO a través de sus páginas editoriales, análisis, y artículos incluidos en sus publicaciones especializadas – de alta reputación especialmente en círculos empresariales, profesionales y académicos -continuamente demandó la aplicación de un programa radical de estabilización y de reformas de libre mercado. Además, a partir de 1987, a través de sus sondeos de opinión pública (los mismos que fueron extensamente publicados por la media) APOYO desempeñó un rol crucial influenciando una audiencia mucho más amplia que aquella que leía sus publicaciones especializadas.

Respecto al efecto que los sondeos de opinión pública puedan tener en el ámbito político y social es importante tomar en cuenta las observaciones anotadas por la literatura especializada. Lyle y McLeod indican que los sondeos de opinión son una herramienta standard en el proceso político que pueden ser utilizados como base para el diseño de un planeamiento estratégico, o como instrumentos de persuasión capaces de influenciar a la opinión pública, especialmente cuando la media realiza una selectiva difusión de sus resultados (Lyle *et al.*, 1993: 173). Según Rotunda, la manera en que una pregunta es presentada – especialmente cuando determinadas palabras o símbolos son incorporados en la pregunta – puede determinar no sólo la respuesta a recibir, sino también la manera en que las personas enfocan el asunto en cuestión y la manera en que éstas elaboran sus propias preguntas (Rotunda, 1986: 7). Bogart (1972) considera que los sondeos de opinión pueden ayudar a crear la opinión que éstos están tratando de medir, especialmente cuando las preguntas dirigidas al público incorporan términos evocativos, lo cual es inevitable cuando las preguntas se refieren a temas controversiales (Bogart, 1972: 99-140).

Entre las empresas peruanas dedicadas a estudios de medición y análisis de opinión pública, destaca la empresa APOYO debido a su particular trayectoria profesional. APOYO se dedica no sólo al rubro de sondeos de opinión, sino que también es una firma de consultoría y una seria institución de investigación y periodismo especializado. A través de sus años de funcionamiento APOYO ha recolectado invaluable información estadística y elaborados análisis importantes acerca de la economía peruana. Su bagaje profesional, la alta reputación de sus publicaciones especializadas, y sobretodo el sello de trabajo serio de su líder el renombrado economista Felipe Ortiz de Zevallos, colocan los estudios conducidos por APOYO en un status especial respecto al de las demás empresas que laboran en el rubro de sondeos de opinión pública. Estos sondeos son continuamente solicitados

por la media y por ende tienen una larga difusión a nivel nacional. No sólo la prensa sino también políticos de diferentes sectores (derecha, centro e izquierda) y analistas independientes, cuyos comentarios son solicitados por la media o por publicaciones académicas y empresariales generalmente toman como referencia los sondeos de opinión conducidos por APOYO.

Durante el periodo objeto del presente estudio los sondeos de APOYO incluyeron preguntas que específicamente se referían a la posible aplicación de reformas de libre mercado en el Perú. Estas preguntas mencionaban, entre otros, temas tales como la privatización, la reducción del tamaño del estado y por ende de la intervención del estado en la economía, y el ajuste estructural. La inclusión de este tipo de preguntas en los sondeos de opinión constituyó una novedad en el contexto político peruano de finales de los años ochenta. Anteriormente los sondeos de opinión conducidos durante la campaña electoral para la presidencia sólo habían incluido preguntas de carácter general o referidas al perfil de los candidatos a la presidencia. En cambio, casi tres años antes de las elecciones presidenciales de 1990 (es decir casi cinco años antes de la aplicación de reformas de mercado) los sondeos de opinión de APOYO incluían preguntas puntuales referidas a la política económica tales como: ¿Cree usted que la inversión extranjera debe ser promovida? ¿Está usted a favor de la venta de las empresas estatales? ¿Cree que el tamaño del estado deber ser reducido? ¿Está usted de acuerdo con que el gobierno reinicie negociaciones con el Fondo Monetario Internacional? ¿Debe el estado intervenir en la economía o dejar que el sector privado tenga la iniciativa en el área de producción?.

Este cambio en el contenido de las preguntas incluídas en los sondeos de opinión conjugaba con el clima político que caracterizó el contexto peruano hacia finales de los años ochenta. En efecto, nunca antes los peruanos habían estado tan expuestos especialmente a través de la media a la extensa discusión de temas de economía y sobretodo a la promoción de ideas de libre mercado. No es extraño entonces que APOYO haya elaborado sus sondeos de opinión incluyendo preguntas acordes a dicho contexto. Por otro lado, merece atención el posible impacto que los resultados de los sondeos conducidos por APOYO (especialmente aquellos que indicaban una creciente opinión favorable en el público entrevistado respecto a la eventual aplicación de reformas de libre mercado) hayan tenido en la sociedad peruana. Dada la impecable reputación de APOYO y especialmente la extensa cobertura de sus sondeos de opinión por parte de la media, no se puede descartar la posibilidad de que estos sondeos no sólo hayan reflejado el contexto político y la opinión pública, sino que también hayan

contribuido a crear una opinión favorable respecto a la eventual aplicación de las reformas de libre mercado.

Respecto al ILD, desde 1978 su líder Hernando de Soto había estado proponiendo (incluso antes de la fundación del ILD) un cambio radical en política económica y la aplicación de reformas que permitieran el desarrollo de una economía de mercado que alentara la participación de la iniciativa privada y que redujera los obstáculos derivados de la intervención del estado en la economía. A fin de promocionar sus ideas pro-libre mercado De Soto había organizado conferencias en 1978 y en 1981 con la participación de renombrados personajes nacionales y extranjeros que apoyaban estas ideas. (39) Sin embargo, estas conferencias tuvieron un impacto muy limitado durante los primeros años de la década del ochenta en la que aún el discurso en favor de la industrialización, sustitución de importaciones, y la activa participación del estado en la economía, dominaba el espectro político, social, y académico.

En 1986 la publicación del libro *El otro sendero* constituyó un hito en la historia del ILD ya que atrajo la atención del público a nivel nacional e internacional. (40) *El otro sendero* señalaba que el estado peruano era mercantilista y que la alianza entre la burocracia estatal y los tradicionales grupos de poder económico había negado el acceso al sistema formal de la economía a millones de peruanos, impidiendo de esta manera el funcionamiento de una economía de libre mercado, de un auténtico capitalismo, y por lo tanto había truncado el desarrollo del país.

A partir de la publicación del libro *El otro sendero*, y de la respectiva campaña de relaciones públicas que el líder del ILD inició, el discurso pro-libre mercado y anti-estado del ILD impactó el debate nacional en economía política. *El otro sendero* fue objeto de análisis y discusión en círculos académicos, institutos de investigación, y en círculos políticos. En este libro así como en todos sus comunicados, reportes, y avisos publicitarios el ILD defendía el capitalismo como la mejor opción para el Perú y subrayaba la importancia de la propiedad privada, de la libre competencia, de la inversión extranjera y de la apertura del mercado nacional. Todos estos términos habían sido omitidos o tildados de negativos en el discurso político que había predominado durante la década del setenta y principios de la década del ochenta. Por ejemplo, el discurso de los partidos de izquierda había condenado al capitalismo y considerado a éste como la causa principal de los problemas

económicos y de la desigualdad imperante en el Perú. El ILD por el contrario señalaba que era precisamente la falta de un verdadero capitalismo y la excesiva intervención del estado en la economía los mayores obstáculos que impedían el desarrollo del Perú y negaban toda posibilidad de prosperidad a los sectores pobres.

Durante la investigación de campo que sirvió de base para la elaboración del libro *El Otro Sendero*, el ILD había visitado sectores populares de Lima y provincias. En este hacer el ILD había tomado contacto con trabajadores y propietarios de pequeñas empresas y recopilado interesantes datos respecto a las numerosas dificultades y escasas oportunidades que estos individuos tenían para acceder a los registros públicos de las entidades estatales y gozar de los beneficios que las empresas reconocidas legalmente tenían (acceso a crédito, garantías, etc.). El ILD señalaba que existía un divorcio entre el complicado sistema legal instaurado por el estado, y el cotidiano accionar de un pujante sector trabajador y empresarial que continuaba trabajando y creando empleo a pesar de los obstáculos para poder cumplir con la serie de requisitos legales. Este divorcio había dado lugar a un amplio sector constituido por empresas “informales.” De acuerdo al ILD la existencia del sector informal era evidencia de la necesidad que había de instaurar en el Perú un sistema de libre mercado en el cual se eliminara la intervención del estado en la economía y se diera amplia libertad al capital privado para invertir y crear trabajo. En base a la información recabada el ILD elaboró proyectos de ley de simplificación administrativa e inició una extensa campaña de relaciones públicas a fin de dar a conocer el contenido de este proyecto. Sobretudo a partir de 1985, el ILD extensamente difundió a través de la prensa escrita artículos o avisos publicitarios que explicaban los resultados de sus investigaciones de campo, criticaban los obstáculos ocasionados por la burocracia estatal, y subrayaban la necesidad de reducir la intervención del estado en la economía, y sobretudo la urgencia de implementar una economía de libre mercado.

Reacción de la opinión pública respecto a la difusión del mensaje pro- libre mercado

Aunque parezca contradictorio, los resultados de las elecciones generales realizadas en Abril de 1990 son los que mejor grafican el impacto que tuvo la difusión del mensaje pro-libre mercado en el Perú. En efecto, a pesar de que Vargas Llosa abiertamente señaló durante la campaña electoral su decisión de implementar un radical ajuste y reformas pro-libre mercado, y no obstante la serie de críticas y

publicidad negativa que sus opositores montaron en contra de él y del FREDEMO, Vargas Llosa y el FREDEMO obtuvieron el mayor número de votos en las elecciones de Abril de 1990.

Sin embargo, tal como señalé anteriormente, Vargas Llosa no alcanzó la mayoría calificada de votos requerida por la Constitución y tuvo que participar en una segunda vuelta electoral con el candidato Alberto Fujimori en la cual éste fue el vencedor. Decenas de ensayos, libros y artículos han tratado de explicar las causas del triunfo electoral de Fujimori. Al respecto las hipótesis son variadas y toman en consideración aspectos políticos, económicos, sociales, e incluso étnicos. Desarrollar este tema implicaría una larga discusión que va más allá de los límites del presente ensayo. El aspecto que cabe resaltar respecto a los resultados de esta contienda electoral es que el masivo número de votos recibidos por Vargas Llosa y Fujimori ponen en evidencia que en el año 1990 el electorado había optado por un sustancial cambio en la política económica del país.

En efecto, los resultados de las elecciones generales de 1990 indican un decidido apoyo de parte de la mayoría de peruanos en favor de candidatos para la presidencia y el congreso de la república que ofrecieran nuevas opciones en política y economía. Los partidos políticos que frontalmente habían criticado el programa económico propuesto por Vargas Llosa obtuvieron en las elecciones de 1990 el más bajo porcentaje de votos. Mientras que el APRA y los partidos de izquierda obtuvieron respectivamente 9.17% y 10.97% que tomados en conjunto representaron sólo la cuarta parte del voto general, el FREDEMO liderado por Vargas Llosa recibió el 27.61%, lo que le permitió tener el mayor número de representantes en ambas cámaras del Congreso: veinte en el Senado (de un total de 60) y sesentaidós en la Cámara de Diputados (de un total de 180). Izquierda Unida obtuvo seis representantes en el Senado y 16 en la Cámara de Diputados, mientras que el Partido Comunista (PCP) sólo obtuvo un representante en la Cámara de Diputados.

Asimismo, es importante observar que el mensaje pro-libre mercado fue largamente apoyado por varios sectores de la sociedad Peruana antes y después de que Vargas Llosa perdiera las elecciones presidenciales. Sondeos de opinión conducidos por APOYO especialmente a partir de 1988 indican crecientes porcentajes de aprobación ante la eventualidad de que el nuevo gobierno a partir de 1990 aplicara reformas pro-libre mercado. Por ejemplo, en junio de 1988, 53% de los entrevistados respondía que la iniciativa privada debería tener mayor participación en la economía (Sondeos de

opinión conducidos por la firma APOYO S.A., durante junio 1988. *El Comercio*, Lima, 28/08/88). Mientras que en 1989 el porcentaje de aprobación respecto a la inversión extranjera era de 71%, en 1990 ascendió a 87%. Así mismo, mientras que 51% en 1989 consideraba que el estado debería dejar al capital privado la administración de las actividades productivas, este porcentaje ascendió a 56% en 1990. En 1989, 39% de los entrevistados respondía que el tamaño del estado debería ser reducido. En 1990 tal porcentaje ascendió a 58%. Respecto a la privatización de las empresas del estado, la opinión favorable del público estuvo en constante ascenso: 33% en agosto de 1988, 50% en agosto de 1989, y 85% en noviembre de 1990 (APOYO, Informe de Opinión correspondiente a agosto 1988, agosto 1989, y noviembre 1990).

Sondeos de opinión conducidos en Lima durante el segundo semestre de 1990 y también revelaban que amplios sectores de la población aprobarían la implementación de un drástico programa de estabilización así como el inicio de negociaciones con las IFIs (“Mayoría está a favor de economía de mercado según encuesta de APOYO,” *El Comercio*, Lima, 28/07/90. También ver *La República*, Lima, 25/07/90). Entre los entrevistados, 62% aceptaban la eventual aplicación de un programa radical de estabilización, mientras que 37% se oponía. Así mismo, entre los entrevistados 73% (equivalente a tres de cada cuatro residentes de Lima, la capital del Perú) estaba a favor de que se iniciaran negociaciones con el FMI (“Limeños de acuerdo con que se haga tratos con el FMI,” *La República*, Lima, 25/07/90).

Cuando en agosto de 1990 Fujimori dió los primeros pasos para la implementación del programa de estabilización, su popularidad fue ligeramente afectada, pero inmediatamente después de un mes se recuperó a los niveles que había gozado anteriormente y continuó en buenos términos. (Sondeos de opinión conducidos por la firma APOYO S.A., durante el mes de junio de 1988. *El Comercio*, Lima, 28/08/88). Fujimori pudo implementar reformas mucho más agresivas que aquellas que en 1980 durante el gobierno de Belaunde habían sido frontalmente rechazadas tanto por actores estatales así como por la sociedad civil y que por ende no habían podido ser implementadas. Además, a pesar de que las reformas impuestas por Fujimori fueron radicales e implicaron serios ajustes para la población peruana, éste contó con el apoyo de amplios sectores. (Sondeos de opinión conducidos por “Mercadeo y Opinión” el 9 y el 10 de agosto. *La República*, Lima, 12/08/90, p. 6).

Aunque los políticos del APRA y de la Izquierda se opusieron a la aplicación de las reformas iniciadas por el gobierno de Fujimori, la mayoría de los miembros del Congreso aprobó la reforma liderada por el ejecutivo. (Lourdes Flores, Javier Silva Ruete, y Miguel Vega Alvear, miembros del congreso durante los primeros años del gobierno de Fujimori. Entrevista realizada por Alba Q. Hesselroth, Lima, 25/07/01, 27/10/99, 9/7/03, respectivamente). **(41)** Cien días después de que Fujimori asumiera formalmente la presidencia, la mayoría de los peruanos apoyaba la política económica emprendida durante su gobierno. En octubre de 1990 Fujimori contaba con 59% de aprobación y el Ministro de Economía Hurtado Miller con 68%. (Sondeos de opinión conducidos por la firma DATUM. “Popularidad de Fujimori.” *Caretas*, Lima, 5/11/90, p. 15. Ver también los sondeos de opinión conducidos por la empresa Peruana de Opinión Pública (POP) publicados en *La República*, Lima, 5/11/90). En 1992 el apoyo por Fujimori era de 60%. **(42)** Además, Carlos Boloña, el ministro de economía a cuyo cargo estuvo la implementación de las reformas estructurales en favor del libre mercado, gozaba también de un alto nivel de aprobación **(43)**.

Sin embargo, la relación entre el congreso y el ejecutivo se complicó debido a las constantes críticas que Fujimori lanzaba en contra del poder legislativo y devino tensa especialmente debido a las medidas en materia de seguridad que con motivo de combatir el terrorismo Fujimori había propuesto. El 11 de Abril de 1992, en un flagrante ataque a la democracia, Fujimori unilateralmente cerró el congreso e inhabilitó a los miembros de la cámara de diputados y el senado que habían sido elegidos por voto popular. Siete meses después Fujimori convocó a elecciones para elegir el *Congreso Constituyente Democrático*. La lista de Fujimori “Nueva Mayoría-Cambio 90” recibió la mayoría de votos, obteniendo 44 de un total de 80 representantes. El Congreso Constituyente aprobó dramáticas modificaciones a la Constitución. Entre éstas la introducción de artículos que elevaban a rango constitucional las principales medidas pro-libre mercado aprobadas por el ejecutivo durante los dos primeros años del gobierno de Fujimori. El capítulo referido al régimen económico fue reemplazado por uno que establecía el libre mercado y el respeto a la inversión extranjera como los pilares del nuevo orden económico.

No obstante el evidente ataque en contra de la democracia la población continuó apoyando al gobierno de Fujimori y la aplicación de radicales reformas económicas en favor del libre mercado. El nivel de apoyo era tal que incluso analistas simpatizantes de la Izquierda peruana y opuestos a la

política económica implementada por el gobierno de Fujimori daban cuenta de esta situación. Por ejemplo, Graña notaba la falta de resistencia de los sectores populares respecto a las medidas pro-libre mercado (Graña, 1991: 4), Iguiñiz reconocía que la mayoría de la población apoyaba la privatización, (Iguiñiz, 1993: 10), y Franco señalaba que en la arena ideológica y económica los principios de beneficio común y coordinación de relaciones sociales estaban siendo reemplazados por una extrema concepción de individualismo y la elevación de la libre competencia a la categoría de paradigma (Franco, 1993: 1).

En abril de 1995 la tasa de crecimiento económico había mejorado considerablemente en el Perú, (44) pero la brecha entre pobres y ricos que siempre había sido peligrosamente larga, continuaba en esta tendencia al igual que el nivel de desempleo. A pesar de estos problemas económicos, en las elecciones generales de 1995 los peruanos eligieron presidente por segunda vez y con un voto mayoritario a Alberto Fujimori a través de un proceso electoral relativamente transparente. Dos de cada tres peruanos votaron por él. Esto permitió al presidente gobernar por un segundo término y velar por la continuación de las reformas iniciadas en su primer mandato.

La lista de candidatos al congreso presentada por Fujimori en 1995 obtuvo también el mayor número de votos. Este resultado “convirtió lo que inicialmente fue visto sólo como un triunfo personal en una dominante victoria” (Mario Pasco Cosmópolis, “Crónica de una reelección anunciada.” *El Comercio*, Lima, 11/04/95). En la lista de candidatos al congreso presentada por el movimiento político liderado por Fujimori éste había colocado personas que decididamente apoyaban la aplicación de reformas de libre mercado. Los partidos de centro e izquierda que eran los que más se habían opuesto a estas reformas obtuvieron el menor número de votos. Por ejemplo APRA (centro-izquierda) solo obtuvo el 4% y la Izquierda Unida 0.57% (“De Los respaldos mayoritarios de antaño, a la mínima expresión de hoy.” *El Comercio*, Lima, 14/04/95).

Al respecto se podría argumentar que estos resultados se debieron al deterioro experimentado por los partidos políticos tradicionales en el Perú. Sin embargo, en 1995 Fujimori tuvo como principal adversario electoral a un hombre de extraordinarias cualidades que no representaba ningún partido político: Javier Perez de Cuellar, ex Secretario General de las Naciones Unidas. Perez de Cuellar obtuvo el segundo lugar pero con un número de votos bastante menor que el obtenido por Fujimori.

También se podría especular que la victoria de Fujimori se debió a que su gobierno había capturado al líder del grupo terrorista Sendero Luminoso y otros líderes insurgentes, además de haber vencido a uno de los más terribles enemigos del pueblo peruano: la hiperinflación. Después de años de inestabilidad económica el gobierno de Fujimori había reducido la tasa de inflación a un sólo dígito: 3% en 1995. Aunque estos logros pueden haber influenciado el voto a favor de Fujimori, es preciso tomar en cuenta otros datos no menos importantes: tal como señalan algunos de los sondeos mencionados anteriormente, el apoyo de la opinión pública por las reformas de libre mercado se había iniciado en Perú incluso tres años antes de la primera elección del presidente Fujimori, y continuado cuando el presidente inició la aplicación de reformas neoliberales, mucho antes de la captura de Abimael Guzmán ocurrida en octubre de 1992.

Conclusión

El presente ensayo ha tratado de describir cómo fue construido el discurso pro-libre mercado o neoliberal y señalar la importancia que puede haber tenido en persuadir al público peruano a aceptar el programa económico implementado por el presidente Fujimori. No es objetivo del presente ensayo considerar al discurso aquí descrito como la única variable que explique el proceso de reforma neoliberal llevado a cabo en el Perú y la aceptación de este programa por amplios sectores de la población. Para poder explicar a cabalidad el complejo contexto que permitió la aplicación del programa de reformas a principios de la década del noventa es necesario tomar en cuenta además del discurso aquí descrito, otros aspectos que caracterizaron el contexto político, económico y social del Perú. Sin embargo, el discurso pro-libre mercado así como los actores que lo promovieron y especialmente las tácticas que éstos utilizaron en la difusión de ideas pro-libre mercado, jugaron un papel muy importante convocando el apoyo de la ciudadanía respecto a las reformas neoliberales con anterioridad a que estas reformas fueran efectivamente aplicadas a partir de 1990. En efecto, a finales de la década del ochenta, varios actores no estatales promotores de ideas de libre mercado que recomendaban el retiro del estado del manejo de la economía iniciaron la ardua difusión de sus ideas en la arena peruana. Amplios sectores de la población adoptaron estas ideas y dentro de este marco conceptual en favor del mercado empezaron a redefinir sus intereses así como las causas y consecuencias de la crisis económica que el país estaba enfrentando. Por ello, el estudio del discurso pro-libre mercado no puede ser dejado de lado en el análisis del proceso de reforma neoliberal

llevado a cabo en el Perú a partir de 1990. Tal como señala Fairclough (2004) lenguaje y simbolismo son elementos sumamente importantes en el cambio de política económica.

Notas

(1) Al respecto Bandow señala que entre 1971-1977 el Perú negoció diecisiete acuerdos con el FMI, precisamente debido al constante incumplimiento de las medidas acordadas en los primeros acuerdos negociados. Consultar Doug Bandow (1994) “The IMF: A Record of Addiction and Failure,” en Doug Bandow e Ian Vasquez (editores), *Perpetuating Poverty: The World Bank, the IMF, and the Developing World*. Washington, DC: Cato Institute, 1994, p. 21.

(2) Durante el periodo 1980-1985, el presidente Belaunde no siguió las reglas de austeridad fiscal sugeridas por el FMI, sino que ampliamente invirtió en obras de infraestructura que aumentaron el déficit fiscal. Consultar: APOYO, “Cinco errores para no repetir,” *Perú Económico*, agosto, 1985. Además, en 1984 cuando el Perú urgentemente necesitaba dinero y no podía re-negociar con el FMI el préstamo que previamente había incumplido, el gobierno de Belaunde negoció un nuevo acuerdo que señalaba la aplicación de estrictas medidas de ajuste. El pago de la deuda externa así como el descontento que el acuerdo con el FMI había generado dentro y fuera de los círculos del gobierno obstaculizaron el cumplimiento de este acuerdo. El Congreso decidió congelar algunos precios, el Banco Central de Reserva aplicó una tasa de devaluación debajo del nivel señalado por el FMI, los grupos de interés e incluso miembros del ejecutivo y del partido político del presidente fuertemente se opusieron a la aplicación de las medidas de ajuste. Presionado por estas reacciones, el presidente Belaunde declaró unilateralmente la moratoria en el pago de la deuda externa. Consultar: Drago Kisis (1988), “Negociaciones Financieras Externas del Perú,” en Roberto Bouzas (editor); *Entre la Heterodoxia y el Ajuste, Negociaciones Financieras Externas de América Latina (1982-1987)*. (Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano).

(3) En 1989 el total del déficit fiscal del sector público ascendía a -6.9, The Economist Intelligence Unit, *Country Profile Perú*, 1989-90. En 1990 el producto interno bruto era de -11.6 y la tasa de inflación 3,398.5, Consultar: Miguel A. Kiguel y Nissan Liviatan, “Stopping Three Big Inflation (Argentina, Brazil and Perú)” *World Bank Policy Research Working Papers WPS 999*, October (1992): 26.

(4) Para una explicación más amplia en cuanto a las variables a tomar en cuenta y la influencia que éstas hayan podido tener en el proceso de reforma económica iniciado en Perú en 1990, consultar

Alba Quiñones Hesselroth, “Do not underestimate the power of policy ideas: The ideational context and economic policy change in Perú in 1990,” *Proceedings of the Pacific Coast Council on Latin American Studies: 2002-2003*, Volume 21 (2005): 263-288.

(5) Como tal, el presente ensayo está en la línea de análisis “interpretativa-institucional” promovida por autores tales como Sikkink y Odell – sin embargo en un contexto nacional diferente y respecto a diferentes ideas de política económica. Consultar Kathryn Sikkink, *Ideas and Institutions, Developmentalism in Brazil and Argentina*. (Ithaca: Cornell University Press, 1991, 25-26). John Odell, *U.S. International Monetary Policy: Markets, Power and Ideas as Sources of Change*, (Princeton, Princeton University Press, 1982), 68.

(6) Como explica Lewis, la media es una parte tan importante de la semiótica a la que está expuesto el público que es imposible negar su influyente rol respecto a cómo el público entiende e interpreta el mundo que le rodea: “Es mejor asumir la influencia de la media, a menos que se pueda probar lo contrario.” Justin Lewis, *Constructing Public Opinion. How Political Elites Do What They Like and Why We Seem to Go Along With It* (New York: Columbia University Press, 2001), 85.

(7) Este aspecto referido a la difusión de la prensa escrita es particularmente importante en relación al periodo bajo estudio (1987-1992), durante el cual en el Perú la información via internet aún no había sido debidamente implementada y por lo tanto el uso de esta vía prácticamente no existía.

(8) Según Emmison, para entender las diversas formas en que la sociedad burguesa ejerce su control es necesario considerar que la legitimación de prácticas capitalistas se da precisamente a través del discurso que describe las diversas actividades económicas. Mike Emmison, “The economy: its emergence in media discourse” en Howard Davis and Paul Walton (editors) *Language, Image, Media*. (New York: St. Martin's Press, 1983), 154.

(9) De acuerdo a los sondeos de opinión conducidos por APOYO, los tres diarios de mayor circulación durante el periodo bajo análisis eran: *El Comercio*, *Expreso*, y *Ojo*. Consultar: “El Negocio de Todos los Días, Los Diarios Después del Ajuste,” *Perú Económico* XIII, 10, octubre (1990): 10-15. Estos diarios decididamente apoyaron el discurso pro-libre mercado. Por eso el presente estudio ha tomado en consideración especialmente la información publicada por *El Comercio* y *Expreso*. También ha sido tomado en cuenta el diario *La República* (que ocupaba el cuarto puesto en la lista de diarios de mayor circulación) porque a diferencia de los otros tres brinda un panorama más amplio del acontecer político ya que publicó noticias y artículos que no necesariamente apoyaban a Vargas Llosa ni a los promotores de reformas de libre mercado. *El*

Comercio y La República ocuparon durante el periodo bajo análisis los dos primeros lugares entre los diarios que el público identificaba como más informativos, confiables, e influyentes. Consultar *Perú Económico* XIII, (Op. Cit.) Respecto a revistas semanales, el presente estudio ha tomado en cuenta principalmente *Caretas*, semanario considerado como el más importante en el Perú por The Economist Intelligence Unit *Country Profile 1992-93*, 25.

(10) Debido al espacio limitado del presente ensayo, sólo son mencionados aquí los ejemplos más resaltantes de las noticias cubiertas durante el periodo bajo análisis.

(11) La semiótica analiza los símbolos y trata de descubrir/interpretar los significados que se esconden en el texto. La hermenéutica permite al analista observar los significados del texto desde la perspectiva del autor y presta atención al contexto social e histórico en medio del cual el texto fue producido. Consultar Alan Bryman, *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press, 2001, páginas 369-385.

(12) Estudios de este tipo definen al discurso de los medios de difusión como un discurso en el cual hay una doble vía de acción e interacción, una construcción social de la realidad, una forma de conocimiento. Al respecto, consultar Norman Fairclough, *Media Discourse*. New York: St. Martin's Press Inc, 1995, páginas 16- 19.

(13) Gourevitch explica que para llegar a convertirse en ley, las ideas tienen que estar ligadas a cierta acción política, a la movilización por obtener la aprobación de esta norma: "Incluso una buena idea puede no llegar a convertirse en ley si es que encuentra seria oposición, y por otro lado, una mala idea puede convertirse en ley si es que es capaz de generar apoyo." Por eso, Gourevitch subraya, es necesario explorar el contexto político en medio del cual se da el conflicto que rodea la aprobación de determinada norma o ley. Peter Gourevitch, "Keynesian Politics: The Political Sources of Economic Policy Choices," en Peter Hall (editor) *The Political Power of Economic Ideas*. New Jersey: Princeton University Press, páginas 87-88.

(14) Esta expresión ha sido tomada de Jurgen Schuldt, "Socialización de la Banca y Democracia en el Perú," *Quehacer*, # 48, Septiembre-octubre, 40-41 (DESCO, Centro de Promoción del Desarrollo, 1987).

(15) Entre las asociaciones civiles que publicaron comunicados en contra de la estatización de la banca están por ejemplo: Asociación de Ingenieros Civiles, *El Comercio*, 18 de agosto, 1987, Frente Nacional de Trabajadores Campesinos (FRENATRACA), *La República*, 19 de agosto, 1987, Federación de Estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Perú (FEPUC), *El Comercio*, 2

de Septiembre, 1987, Asociación de Juventudes Independientes, *El Comercio*, 2 de Setiembre, 1987, Asociación de Profesionales de Trujillo, *El Comercio*, 20 de agosto de 1987, Núcleo Peruano Tradición, Familia, Propiedad, *El Comercio*, 3 de Setiembre de 1987. Dos obispos y 99 sacerdotes católicos se adhirieron a esta carta. Monseñor Oscar Alzamora publicó en *El Comercio*, el 1o. de octubre de 1987, una carta a la opinión pública en la que señalaba que la Iglesia Católica promovía la universalidad de la propiedad privada.

(16) Manuel Moreyra fue co-fundador del partido político Solidaridad y Democracia SODE.

(17) Manuel Cruchaga fue co-fundador del movimiento Libertad liderado por Vargas Llosa.

(18) Tal como señalo luego, la referencia al caso chileno se da en la segunda etapa, pero usando este caso como un ejemplo positivo que el Perú debe seguir.

(19) Hernando de Soto, líder del ILD, fue uno de los primeros (sino el primero) que hacia el final de la década del setenta (aún en pleno apogeo del discurso de la escuela de la dependencia) había promovido una retórica que consideraba que el enemigo del Perú que impedía su desarrollo no estaba fuera sino dentro del país. En efecto, en los primeros forums organizados en 1978 y 1980, De Soto había manifestado que el problema que impedía progresar al Perú no era externo sino doméstico: el orden económico establecido en el Perú.

(20) Dos obispos y 99 sacerdotes católicos apoyaron con su firma el comunicado emitido por Francisco Diez Canseco Távora, Unión Parlamentaria Independiente, Frente Democrático de Unidad Nacional, Unión de Juventudes Independientes. *El Comercio*, 12/10/87. Además Monseñor Oscar Alzamora publicó una carta en la cual enfatizaba que la iglesia Católica promovía la universalidad de la propiedad privada. *El Comercio*, 1/10/ 87.

(21) Por ejemplo, aunque el gobierno de García tuvo muchos desaciertos y defectos, es importante reconocer que éste respetó la libertad de prensa. La prueba de ello es precisamente el amplio uso de la media que hicieron Vargas Llosa y los demás que se opusieron a la estatización de la banca. Otro ejemplo es que incluso el grupo terrorista Sendero Luminoso editaba un periódico que circulaba libremente en el Perú. Además, los sondeos de opinión conducidos por la firma APOYO S.A. en 1988 notan que en este año el público reconocía a la libertad de prensa como uno de los pocos pero importantes aspectos positivos del gobierno de García. Consultar en este aspecto: Octava Encuesta Anual, julio 1987-junio 1988, en Revista Debate, Vol. X, # 51, julio-agosto 1988: p. 30.

(22) García también había recurrido al uso de la palabra “democracia” como símbolo cuando presentó su decisión de estatizar la banca como un intento de “democratizar el crédito.” Sin embargo,

la oposición le dio un mejor uso a este símbolo, relacionándolo con otros tales como libertad, paz, y especialmente iniciativa privada.

(23) Jorge Salmón, amigo y consultor de publicidad en la etapa inicial de la campaña de Vargas Llosa (hasta 1988), cuenta en sus memorias lo siguiente: “Trabajé en dos diferentes pero paralelas campañas. Una defendía la propiedad privada. La otra, el principio fundamental de libertad. Estas fueron, yo creo, las dos más importantes y exitosas campañas en la historia de la publicidad en el Perú.” Jorge Salmón Jordán, *Entre la Vanidad y el Poder*. Lima: Editorial Apoyo, 1993, p. 45.

(24) Aunque el Congreso de la República había aprobado la iniciativa del presidente respecto a la estatización de la banca, en la práctica la ley no fue aplicada. Primero, la mayoría Aprista en el senado modificó el proyecto enviado por García. Luego, después de ser aprobada la ley fue boicoteada por funcionarios de la administración pública. Debido a que Luis Alva Castro, ex ministro de economía del gobierno de García tenía aspiraciones a la presidencia de la república, movilizó a sus seguidores para que bloqueen la aplicación de esta ley. Finalmente, la presentación de ciertos recursos legales referidos a la interpretación de la ley permitió a los banqueros mantener su propiedad de los bancos.

(25) En julio de 1988 la tasa mensual de inflación era de 30.9%. Esto significó un incremento de 181.8% durante los primeros siete meses de 1988 y una variación anual de 302.1% (de julio 1987 a julio de 1988). *El Comercio*, 3 de agosto, 1988.

(26) Al respecto, consultar: José Antonio de Echavé, “*Corea del Sur: A propósito de un paradigma.*” Actualidad Económica, Abril 1989, 11-13.

(27) Por ejemplo, al respecto leer “*Corea, La ignorancia ilustrada de la derecha,*” Actualidad Económica, # 101, julio-agosto 1988, 48, “*Corea del Sur: La apertura abortada,*” Actualidad Económica, Edición Especial, 13 de Mayo, 1989; “*Somos ricos seámoslo siempre,*” Actualidad Económica, # 114, Marzo 1990, 40 –42.

(28) La referencia al “milagro japonés” y en general al “milagro asiático” constantemente hecha por Vargas Llosa fue tal que cuando en la primera vuelta de las elecciones presidenciales Fujimori ocupó el segundo lugar lo cual le permitió competir en la segunda vuelta, él mismo declaró que tal referencia había sido uno de los factores más importantes que habían elevado su popularidad en la opinión pública peruana. Fujimori comentó: “Especialmente Vargas Llosa ha ensalzado el “milagro japonés” y la población ha identificado este milagro conmigo.” Ver “No es necesario aplicar un shock para solucionar la crisis del país,” *La República*, 7 de Abril, 1990.

(29) Sin embargo, las referencias al caso Boliviano omitían mencionar aspectos tales como que el inicio del programa de estabilización estuvo acompañado de represión política que limitó las posibilidades de accionar del movimiento sindical Boliviano.

(30) Una excepción fue Luis Bedoya Reyes (Partido Popular Cristiano) candidato a las elecciones presidenciales de 1980. Bedoya presentó en breve formato su programa económico a través de la prensa pero no con la amplia y continua cobertura con la que Vargas Llosa lo hiciera en la carrera electoral en 1990. Bedoya tampoco hizo uso de extensa publicidad como la utilizada por Vargas Llosa en la difusión del contenido de su programa económico.

(31) FREDEMO es (la coalición política formada en 1989 entre los partidos políticos Acción Popular, PPC y el movimiento Libertad para presentarse en bloque en las elecciones presidenciales de 1990).

(32) A menos que se indique lo contrario, la explicación acerca de las metáforas en éste y los siguientes párrafos están basadas en John Wilson, *Politically Speaking, The Pragmatic Analysis of Political Language*. Oxford, UK; Cambridge, MA., USA : Basil Blackwell, 1990) , 125-127

(33) Otros investigadores interesados en el estudio de metáforas han desarrollado análisis similares al expuesto por Wilson aquí citado. Por ejemplo, M. Augostinos e I. Walker, explican que las metáforas están organizadas en cadenas a lo largo de un texto de tal manera que proveen una amplia “conexión” entre las diversos temas/explicaciones que estas metáforas representan. Ver *Social Cognition: An Integrated Introduction*, London, Sage Publications, 1995, 42. Asimismo, Eubanks mantiene que la metáfora organiza relaciones interpersonales entre los participantes en un discurso, ya que pertenece a un complejo comunicativo que rodea y sirve de soporte a la metáfora individual. P. Eubanks, *A War of Words in the Discourse of Trade: The Rhetorical Constitution of Metaphor*. Carbondalle, Illinois: Southern Illinois University Press, 2000, p. 8. Ver también al respecto, Veronica Koller, *Metaphor and Gender in Business Media Discourse, A Critical Cognitive Study*. New York, Palgrave Macmillan, 2004.

(34) Para una detallada explicación de los mitos en política, consultar: Nicholas Jackson O’Shaughnessy, *Politics and Propaganda, Weapons of Mass Seduction*, (Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2003) 88- 99.

(35) Irónicamente hacia el año 2005, luego de 15 años de la aplicación de reformas de libre mercado la situación de desempleo y de pauperización de los salarios en el Perú no puede ser más evidente y preocupante. Durante el periodo 1991-1999 más de 120,000 puestos de trabajo fueron eliminados en

el sector público – la más drástica reducción ocurrió antes de 1995. Del total del número de trabajadores despedidos en el sector público el sector privatizado sólo ha reclutado la tercera parte. Comisión Investigadora del Congreso de la República sobre delitos económicos y financieros, citada por *El Proceso de Privatizaciones en el Perú*, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES, Serie Gestión Pública, 22, Santiago de Chile, julio 2002 by Ruiz Caro, 64.

(36) Ver por ejemplo: “Con inflación no hay progreso,” y “El monstruo de la inflación,” Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 17/10/89; “¿De dónde nace la inflación?” Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 13/01/90. “El gordo regalón (O la Historia de los Déficit Fiscal,)” [sic] Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 2/12/89. “¿Quién paga los subsidios?” Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 10/03/90. ¿Qué es Reforma Tributaria?, Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, 2/06/90. “¿Qué es la estabilización?” Economía para todos, suplemento económico de la revista “Somos,” *El Comercio*, Marzo 1990.

(37) Sin embargo, en este aspecto hay una gran diferencia entre Vargas Llosa y Fujimori. El primero criticó al gobierno y al estado peruano, especialmente a la burocracia estatal, pero propuso una reformar de las instituciones del estado con un congreso fuerte que no fuera sumiso a la voluntad del presidente. En contraste, Fujimori desde el inicio de su gobierno enfatizó un mensaje en contra del estado y de sus instituciones, pero sin una propuesta efectiva de reforma. Todo lo contrario, en las constantes críticas hechas por Fujimori en contra de ciertas instituciones estatales – especialmente el congreso – había una tácita preferencia por el poder ejecutivo y porque éste influyera en las demás instituciones estatales. Cuando Fujimori cerró el congreso declaró textualmente que el congreso y el poder judicial no eran agentes de cambio sino obstáculos para el progreso.”

(38) Ver por ejemplo, “El ejemplo boliviano contra la inflación,” *El Comercio*, 02/07/89; “¿Cómo se hizo la concertación en México? Empresarios de CONFIEP aprenden la experiencia por intermedio de dirigente empresarial.” *El Comercio*, 24 /02/89.

(39) Para mayor información respecto a estos eventos consultar: Hernando de Soto, *Democracia y Economía de Mercado, Ponencias y Debates de un Simposio realizado en noviembre 1979*, Instituto Libertad y Democracia. Lima: Instituto Libertad y Democracia, 1981; y Hernando De Soto,

Dependencia y Desarrollo en Debate, Diario de un Simposio, Instituto Libertad y Democracia (Buenos Aires: Editorial Fraternal S.A., 1982).

(40) Por ejemplo, en 1987 CIPE y la US Agency for International Development (USAID) patrocinaron una conferencia organizada por el ILD en la cual se enfatizaba la relación entre el respeto del derecho de propiedad y el aspecto de crecimiento económico. Además, *El otro sendero* llegó a ocupar el primer lugar en la lista de bestsellers en Latinoamérica. La versión en inglés ocupó un importante sitio en la lista de best-sellers del Washington Post. Ha sido publicada en más de diez idiomas.

(41) En una entrevista concedida por Henry Pease, congresista por Izquierda Unida, éste también subrayó el hecho de que el congreso había aprobado virtualmente todas las propuestas económicas de Fujimori durante el periodo 1990-1992 (antes de que Fujimori cerrara el congreso). Citado por Weyland, 150.

(42) Al respecto incluso observadores internacionales expresaban su sorpresa al comprobar que el presidente gozaba de 60% de aprobación tomando en cuenta el agudo deterioro de los ingresos reales como consecuencia del proceso de estabilización. European Intelligence Unit, *Country Report*, no. 1, (1992): 12.

(43) En 1993, ante la inminente renuncia del ministro Boloña, el rumor que recorrió en los círculos políticos y militares era que a finales de 1992 Fujimori había pedido al ministro de economía que renunciara debido precisamente a los altos niveles de aprobación que gozaba en la opinión pública peruana, popularidad que el presidente no veía con buenos ojos dada su expectativa de ser reelegido y permanecer en el poder.

(44) El reporte de CEPAL indicó que en 1994 la economía peruana había crecido en 11%, un considerable incremento comparado con el obtenido en 1993 que ascendía a 3%. Además era el incremento más largo experimentado en la región Latinoamericana. Información citada en *El Comercio*, 15, 1995.

Referencias Bibliograficas

APOYO S.A. (1988) El Poder en el Perú, Octava Encuesta Annual, julio 1987- junio 1988. *Revista Debate*, Vol 10 (51): 30

Bogart, Lee (1972) *Silent Politics: Polls and the Awareness of Public Opinion*. New York: Wiley-Interscience.

Boloña, Carlos (1993) *Cambio de Rumbo: El Programa Económico para los 90*. Lima: Instituto de Libre Mercado.

Carrión, julio (1972) *La opinión pública: ¿De identidades a Intereses?* En Fernando Tuesta Soldevilla (ed.) *Los Enigmas del Poder*, págs.: 207-302.

Corner, John (1983) *Textuality, Communication and Media Power*. En Davis and Paul Walton (eds.), *Language, Image, Media, en Howard*. New York: St. Martin's Press, págs.: 266-282.

Degregori, Carlos Iván y Romeo Grompone (1991) *Demonios y Redentores en el Nuevo Perú*. (Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Echavé, José Antonio de (1989) *Corea del Sur: A propósito de un paradigma*. *Revista Actualidad Económica* 3 ,107: 11-13.

Edelman, Murray (1976) *Political Language, Words that Succeed and Politics that Fail*. New York: Academic Press.

Elder, Charles D. and Roger W. Cobb (1983) *The Political Uses of Symbols*. New York: Longman Inc.

Fairclough, Norman (2004) *Critical Discourse Analysis in Researching Language in the New Capitalism: Overdetermination, Transdisciplinarity and Textual Analysis*. Disponible en: <<http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/norman/norman.htm>>[Fecha de consulta: 25/03/05].

Franco, julio (1993) “La coyuntura política nacional: aspectos centrales”. Foro de Trabajo, Apuntes sobre economía, sindicalismo y política en el Perú. Documentos, págs.: 1-6. (Centro de Asesoría Laboral del Perú), Lima, Abril.

Ginsberg, Benjamin (1992) The Political Uses of Political Issues. En Richard M. Merelman (Ed.). *Language, Symbolism, and Politics*. Boulder: Colorado, Westview Press, págs.: 51-66.

Graña, Alberto (1991) El eclipse del programa económico. *Revista Actualidad Económica*, (106): 3-5.

Herman, Edward S. and Noam Chomsky (1998) *Manufacturing Consent, The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Iguñiz, Javier (1993) Privatizaciones y Estabilización. *Revista Pretextos*, DESCO, (5): 7-18. Lima.

Jimenez, Julio (1990) El Shock en Bolivia: un país a la medida. *Revista Quehacer* (64): 62-64.

Kenworthy, Eldon (1995) *America/Américas, Myth in the making of U.S. Policy Toward Latin America*. University Park, Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.

Khong, Yuen Foong (1992) *Analogies at War: Korea, Munich, Dien Bien Phu, and the Vietnam Decisions of 1965*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Lakoff, George (1999) Metaphor, Morality, and Politics: Or, Why Conservatives Have Left Liberals in the Dust. En Rebeca Wheeler (Ed.), *The Workings of Language: from prescriptions to perspectives*. Westport, CT: Praeger Publishers, págs.: 140-155.

Lyle, Jack y Douglas McLeod (1993) *Communication, Media and Change*. Mountain View, California: Mayfield Publishing Company.

Maasen, Sabin and Peter Weingart (2000) *Metaphors and the dynamics of knowledge*. London: Routledge.

Rotunda, Ronald (1986) *The Politics of Language, Liberalism as Word and Symbol*. Iowa City: University of Iowa Press.

Shimko, Keith. (1995) *Foreign Policy Metaphors*. En Laura Neack, Jeanne A.K. Hey and Patrick Haney (ed). *Foreign Policy Analysis*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc., págs.: 71-84.

Vargas Llosa, Alvaro (1991) *El Diablo en Campaña*. Madrid: Ediciones El País S.A./Aguilar S.A.

Vargas Llosa, Mario (1994) *A Fish in the Water, A Memoir*. New York: Farrar. Straus and Giroux, Inc.

Wilson, John (1990) *Politically Speaking, The Pragmatic Analysis of Political Language*. Oxford, UK. Cambridge, Mass., USA : Basil Blackwell.

Woods, Ngaire (1995) Economic Ideas and International Relations: Beyond Rational Neglect. *International Studies Quarterly* (39): 175-176.