

XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, 2007.

La construcción de la identidad política tucumana entre 1983-87.

Santillán, María Josefina (UNT).

Cita:

Santillán, María Josefina (UNT). (2007). *La construcción de la identidad política tucumana entre 1983-87. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-108/228>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

**XI° JORNADAS INTERESCUELAS/ DEPARTAMENTOS DE HISTORIA.
Tucumán, 19 al 22 de Septiembre de 2007**

TÍTULO: La construcción de la identidad política tucumana entre 1983-87

MESA TEMÁTICA ABIERTA: Historia / Periodismo / Comunicación. ¿Interdisciplina?
Problemáticas y articulaciones en discusión.

UNIVERSIDAD, FACULTAD Y DEPENDENCIA: UNT. Facultad de Filosofía y Letras.

AUTOR: Lic. Esp. María Josefina Santillán, Auxiliar docente de Cultura y Comunicación,
Becaria doctoral del CIUNT. Pje. Oncativo 658. Tel: 4282599, mjsantillan@arnet.com.ar

El siguiente trabajo forma parte de una investigación más amplia, tesis doctoral, sobre la Identidad política en la provincia de Tucumán en el período 1983-2001. En el presente texto abordamos el regreso de la democracia de la mano del gobernador electo Fernando Riera y, al mismo tiempo, comparamos la cultura política de entonces con la del actual gobernador José Alperovich a partir de material recogido en el diario de mayor tiraje de Tucumán, *La Gaceta*, cuyo origen data de 1912. Aclaremos, por otra parte, que este diario en la época del gobernador Riera era el único de la provincia, por lo cual resulta una fuente insoslayable para indagar en ese período.

Teniendo en cuenta aquellas palabras que expresaba Ricardo Kirschbaum en el Seminario Internacional sobre Desafíos del Periodismo Real, en julio del 2005, que “la verdad en el periodismo no es la verdad ontológica. La verdad en el periodismo es el reflejo de la realidad lo más exacta posible,”¹ cuya “exactitud depende muchas veces de la orientación de los diarios y de la toma de posición que tienen frente a la realidad”², este trabajo aborda la realidad esbozada en el diario local como los silencios por parte del gobernador Riera frente a diferentes acontecimientos que se informan. Asimismo se analiza,

¹ Mesa redonda 1: “El desafío de la verdad”. Disertantes: Jesús Ceberio (Director, El País, España); Ethan Bronner (Editor Adjunto Internacionales, The New York Times, EEUU); Ricardo Kirschbaum (Editor General, Clarín, Argentina). En *Seminario Internacional. Desafíos del Periodismo Real: los diarios en la encrucijada del siglo XXI*. Buenos Aires. Ed. Arte Gráfico. 2006. Pag.29.

² Mesa redonda “El desafío de la verdad”. Op. Cit. Pag. 29.

comparativamente, lo expresado por el gobernador Alperovich en la prensa, sin embargo, para este último caso es factible la contrastación con otros medios de prensa locales.

Si bien los tiempos históricos –gobierno de Riera y de Alperovich- son lejanos, encontramos un hilo o eje de fondo que tiene que ver con la construcción de una identidad política particular, capaz de combinar elementos democráticos con otros de índole autoritaria y por eso la comparación que seleccionamos. En este trabajo vamos a exponer, sobre todo, los rasgos autoritarios de ambos gobiernos democráticos que se reflejan en el diario *La Gaceta*.

El análisis se realiza, como dijimos, en base a documentación periodística (rastreo de artículos del diario local *La Gaceta* y contrastamos con información recogida en los diarios nacionales: *Clarín* y *la Nación*, asimismo se confronta estas fuentes a la luz de bibliografía referente a la problemática de la cultura y de la identidad política. Lamentablemente, con respecto a la historia de la provincia en esos años no hay bibliografía histórica, no pasa lo mismo con períodos como el del gobierno del ex Gral. Antonio Bussi, fase histórica que se estudia en la tesis mencionada.

El concepto “cultura política” engloba dos términos, “cultura” y “política”. Según el sentido que se les dé –en un determinado contexto histórico- a ambos será lo que se entienda por “cultura política”. Jacqueline Peschard define a la cultura política como “los valores, concepciones, actitudes que se orientan hacia el ámbito específicamente político, es decir, el conjunto de elementos que configuran la percepción subjetiva que tiene una población respecto del poder.”³ Para ella la noción de cultura política es tan antigua como la vida política misma y abarca la dimensión subjetiva de los fenómenos sociales y políticos (temperamento, costumbres, carácter nacional, etc.), tiene un componente psicológico al ser “el sistema político internalizado en creencias, concepciones, sentimientos y evaluaciones por una población o por la mayoría de ella.”⁴ Abarca “las relaciones de dominación y sujeción, las relaciones de poder y autoridad que son los ejes alrededor de los cuales se estructura la vida política. Pero no hay que confundir a la cultura política con

³ Peschard, Jaqueline (2005). *La cultura política democrática*. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática N° 2. En: www.inep.org/diccionarioelectoral/c/culturapolitica. Pag. 2.

⁴ Peschard, Jaqueline. Op. Cit. Pag. 2

“comportamiento político”, el que es una consecuencia de la cultura política⁵. Por otra parte, cabe señalar que la cultura política determina las actitudes e influye en los comportamientos, a tal punto que “es un elemento central de lo que constituye la identidad nacional”⁶, remárquese “un elemento” de la identidad, y no la identidad misma, como se sostiene en algunas definiciones.

En cuanto al concepto de “identidad política”, si bien es una expresión que abarca dos términos complejos y muy trabajados desde distintas disciplinas: “identidad” y “política”, aquí nos vamos a centrar en la caracterización que de la expresión compuesta realiza Gerardo Aboy Carlés para quien, “las identidades políticas son prácticas sedimentadas configuradoras de sentido que definen orientaciones gregarias de la acción a través de un mismo proceso de diferenciación externa y homogeneización interna.”⁷ El Doctor en Ciencias Políticas basa su argumentación en la teoría postestructuralista del Dr. Ernesto Laclau, en ese sentido considera que no hay identidad pura, es decir, que la identidad social no puede estar plenamente constituida puesto que es contingente, muta constantemente aunque tenga elementos que permanezcan; incluso puede darse el caso en que una identidad dada se vacíe de contenido y sostenga su continuidad como pura nominación.

En el marco de un contexto político nacional liderado por la UCR -Raúl Alfonsín asume la presidencia el 10 de diciembre de 1983- es elegido, en la provincia de Tucumán, el peronista Fernando Riera quien asume el 11 de diciembre del mismo año. Sin adentrarnos en la historia argentina de entonces, por los límites de extensión de este trabajo, cabe destacar que “cuando asumió el gobierno, el presidente Alfonsín tenía detrás de sí una enorme fuerza, cuya capacidad era aún una incógnita: la civilidad, identificada toda ella, más allá de sus opciones políticas, con la propuesta de construir un Estado de derecho...”⁸

⁵ Peschard, Jaqueline. Op. Cit. Pag. 3 (no textual)

⁶ López de la Roche. “Aproximaciones al concepto de cultura política”. En Internet: www.inep.org/diccionarioelectoral/c/culturapolitica. Pag. 7.

⁷ Aboy Carlés, Gerardo (2001): *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Santa Fe. Ed. Homo Sapiens. Pag. 64.

⁸ Romero, Luis Alberto (2006): *Breve historia contemporánea de la Argentina*. Ed. FCE. Bs. As.

Como primera medida, en el Tucumán de entonces el gobernador electo dispuso, sin realizar ninguna evaluación del gobierno nacional de la ex presidenta Isabel Martínez de Perón, invitarla al acto de su asunción puesto que ella acababa de llegar al país. Se anunciaba en el diario *La Gaceta*: “con motivo de la visita de Isabel Perón a esta provincia, el próximo 14 del corriente, el gobernador electo, Fernando Riera, cursará invitaciones a los doce gobernadores justicialistas del país, para asistir a los actos que se realizarán para agasajar a la ex presidenta.”⁹

Ese recibimiento y festejo de y por la ex presidenta, pensamos que es un síntoma de una identidad provincial, caracterizada ya por rasgos democráticos y autoritarios: Tucumán es sede de festejos y no de cuestionamientos, por ejemplo, del papel de Isabel en la creación de la Triple A.

A la luz de los acontecimientos recientes, juzgar, luego de 30 años, el rol de Isabel de Perón en el país de la época, resulta paradójico que Tucumán festeje la historia de Isabel sin cuestionamientos al regreso de la democracia, otro síntoma de una identidad política tucumana que tiene gustos por sesgos autoritarios y democráticos al mismo tiempo.

La presente investigación, como dijimos, intentará hacer una comparación con el gobierno actual de José Alperovich en cuanto a las características de esa identidad política que se fue consolidando a lo largo de la historia provincial. Se coteja ambos gobiernos a la luz de fuentes periodísticas, teniendo en cuenta que “el relato periodístico es algo más que una mera narración precisa de unos hechos concretos. Es un proceso que se desarrolla a través del tiempo”¹⁰. Uno de los puntos de comparación radicará en distintos ejemplos en los que se refleja la cultura política que sustenta una identidad híbrida (mezcla de rasgos autoritarios y democráticos). Otro punto de comparación es en relación a lo que hoy se denomina “Marketing político”, según Luis Stuhlman¹¹, consiste en la venta de los candidatos casi como si fueran un producto de consumo y, con esta estrategia, se deja de lado la política de partido. Este uso marketingniano de la política se realiza tanto para vender un futuro candidato como para seguir vendiendo el candidato que ha obtenido el

⁹ Diario *La Gaceta*, 5 de Diciembre de 1983.

¹⁰ Jesús Ceberio, en “Mesa redonda 1: el desafío de la verdad”. Op. Cit. Pag. 39.

¹¹ Stuhlman, Luis (2001): “Marketing y comunicación de gobierno”. En: De Masi, Oscar Andrés (comp.): *Comunicación gubernamental*. Ed. Paidós. Bs. As. Pag. 71.

poder. Si bien ambos gobernantes –Riera como Alperovich- utilizan esta estrategia para mantenerse en el poder, durante el gobierno de Riera el marketing político era rudimentario (estaba en sus inicios), la política partidaria tenía connotaciones más fuertes y la apelación a recursos mediáticos era totalmente diferente.

Comenzaremos por analizar las estrategias de ese marketing político para seguir con ejemplos que sustentan nuestra hipótesis.

Las estrategias del Marketing empresarial, entendido como arte de persuadir, trasladadas al ámbito político es algo nuevo, aunque sus antecedentes pueden rastrearse a la antigüedad clásica (griegos y romanos) reflejada en el arte de la oratoria. “Mientras que en Estados Unidos, y en menor medida en Europa, esta práctica tiene varias décadas de existencia y evolución, se podría afirmar que la irrupción del Marketing Político en América Latina en general, y en nuestro país en particular, es un fenómeno relativamente reciente. A partir de la sanción de la Ley Saénz Peña (1912), los partidos políticos comenzaron a ordenar sus campañas electorales sin contar con herramientas comunicacionales ni publicitarias demasiado sofisticadas.”¹² ¿Cómo funcionaba esta estrategia en la época de Riera? fundamentalmente funcionaba en el campo discursivo, publicado en el Diario Local, y en el de la propuesta gubernamental, no así en el terreno de la imagen política, algo que va a desarrollarse e imponerse más adelante, como en el gobierno de Alperovich, marketing que se reflejará en distintos medios.

En el marco del regreso de la democracia, el tema común en la mayoría de los dirigentes gubernamentales era “recuperar el Estado de derecho”, y las instituciones democráticas que fueron perimidas en la época anterior. Circunscribiéndonos a la provincia de Tucumán se observa por un lado, un discurso fuerte que busca recuperar lo perdido y reivindicar los derechos humanos, sin embargo, en la práctica política, hay un cierto quietismo o indiferencia sobre algunas cuestiones punzantes.

Pongamos algunos ejemplos: en diferentes municipios de la provincia hubo gente expulsada y otras nombradas para ocupar distintos cargos en tiempos finales de la época del Proceso. Este hecho lastimaba la ciudadanía y en el diario local *La Gaceta* el intendente

¹² Martínez Pandiani, Gustavo (2004): *Marketing Político. Campañas, medios y estrategias electorales*. Ed. Ugerman. 1ª edición 1999. Bs. As. Pag. 43.

capitalino, Rubén Chebaia, explicaba que uno de los problemas que había que resolver era el déficit municipal y la “gran cantidad de nombramientos hechos a última hora por la administración del proceso.”¹³ Este hecho no tuvo mayor repercusión ni comentarios por parte del gobernador Riera.

A pesar de que el gobernador Riera significó el retorno al poder del gobierno justicialista desalojado en el Proceso (recordemos que el gobernador Amado Juri fue puesto preso en el 76) muchas expectativas en cuanto a la justicia –en materia de derechos humanos- quedaron en letra muerta, lo que quedó evidenciado cuando en el diario *La Gaceta* se publica el 22 de diciembre, noticias, como la siguiente: “**Es horrible reprimir...** Afirmó el ex jefe de policía de Tucumán, en 1973, comisario inspector Héctor García Rey, designado (actualmente) titular de la policía de La Rioja.” Los dichos del inspector en la prensa justificaba de alguna manera su accionar, llegando incluso a decir que reprimió, pero siempre dentro de la ley, porque apartarse de ella representaría un caos, seguidamente “reconoció ser peronista, se mostró partidario de apoyar en todo sentido la democracia que se instauró.”¹⁴ Nos preguntamos ¿qué opinaba el gobernador Riera sobre estas declaraciones y si las promesas que les hizo a las madres de plaza de mayo -dos días después de esa publicación- de “hacer todos los esfuerzos necesarios para que se aclare el problema que moviliza a los organismos de derechos humanos”¹⁵ tenían la consistencia suficiente?. Por otra parte, no es menos significativo que aquél policía expresara con énfasis que era peronista.

En su charla con las madres, el mandatario, al mismo tiempo, manifestó conocer los pedidos de las mismas al expresar: “no es la primera vez que estoy reunido con madres de desaparecidos. Desde hace varios años las recibo en Bella Vista”¹⁶. Las madres le piden “la destitución inmediata de la plana mayor de la policía y la puesta en comisión de todo su personal hasta tanto se deslinden responsabilidades.”¹⁷ Frente a ese pedido, es notable el silencio del mandatario con respecto al policía “represor” tucumano nombrado –hacía dos

¹³ Diario *La Gaceta*, 10 de Diciembre de 1983.

¹⁴ Diario *La Gaceta*, 20 de Diciembre de 1983.

¹⁵ Diario *La Gaceta*, 22 de Diciembre de 1983.

¹⁶ Diario *La Gaceta*, 22 de Diciembre de 1983.

¹⁷ Diario *La Gaceta*, 22 de Diciembre de 1983.

días- titular de la policía de La Rioja. El hecho de que García Rey declarara ser peronista ¿lo volvía impune para el dirigente?. A propósito del tema policial, *La Gaceta* publicó un balance acerca de los 100 días del gobierno de Riera y se menciona que: “mostró una energía como pocos gobernantes en una purga colectiva en la policía desprendiéndose – según se dijo en su momento- de elementos comprometidos en excesos en la lucha antisubversiva.”¹⁸

Regresando a la temática de lo que se entiende por marketing político, según Martínez Pandiani el '83 marcó un período de inflexión por el cambio de paradigma característico de la década del '70 en el que había una centralidad política de la comunicación, es decir que “el paradigma político era tan poderoso que condicionaba a los medios de comunicación, imponiéndoles su ritmos y muchas de sus reglas de juego”¹⁹, este es un paradigma caracterizado por la centralidad comunicacional de la política, es decir que “los que están obligados a adaptarse ya no son los medios sino los políticos.”²⁰ En ese contexto, la cultura política tucumana del '83 se destaca mucho más por el discurso plagado de propuestas que por las imágenes mediáticas de su labor. En contrapartida la identidad política se comienza a construir alrededor de una idea de disgusto por la indeferencia frente a los más variados reclamos. Un artículo de *La Gaceta*, sostiene: “Si Fernando Pedro Riera pensó, antes de asumir que agobiante sería la tarea que le esperaba al frente de la administración, nunca supuso que los problemas serían tantos y tan diversos a afrontar con su frágil figura en su segunda incursión gubernamental.”²¹

Aún cuando el marketing político del gobierno de Riera era primitivo, constituye un importante forjador de identidad política puesto que genera un sentimiento ambivalente (gusto entre autoritarismo y democracia) ya que la democracia se muestra laxa en algunos aspectos políticos, y rigurosa en el discurso. Citemos algunos fragmentos del primer discurso de Fernando Riera leído ante la Legislatura: “mi gobierno se desarrollará en un rígido marco de moral administrativa extirpándose de raíz todo intento de corrupción, peculado, negociados o enriquecimientos ilícitos”... el tono de la frase tiene un tinte

¹⁸ Diario *La Gaceta*, 22 de Marzo de 1984.

¹⁹ Martínez Pandiani, Gustavo. Op. Cit. Pag. 31.

²⁰ Martínez Pandiani, Gustavo. Op. Cit. Pag. 31.

²¹ Diario *La Gaceta*, 22 de Marzo de 1984.

autoritario al decir “rígido marco de moral” y al hablar de “una extirpación de raíz” de toda corrupción, sin embargo en la práctica política se reiteran pedidos importantes al gobierno debido a la inacción. Otra frase no menos significativa es esta: “un marco de severa austeridad republicana guiará nuestra gestión. En mi gobierno no habrá cómodos ni aventureros del pillaje.”

Otro ejemplo que podemos citar es el mutismo en el discurso de Riera cuando se le repite el pedido de remover a los jueces que habían sido nombrados en la época del Proceso. Jueces que habían encarcelado al gobernador Amado Juri (pariente suyo), como a otros dirigentes políticos por ser “peronistas”. El diario *La Gaceta* sólo cita la respuesta que el dirigente le dio a las madres: “Haré todos los esfuerzos necesarios, para esclarecer ese tema que conozco desde cerca.”²²

En materia educativa, como otro paradigma, el “Secretario de Educación y Cultura Ricardo Salim, puso énfasis al informar que no exigió la renuncia de los conocidos funcionarios de su área sino que simplemente, ‘los invitó’ a renunciar.”²³ Pero, se informa – más adelante- que fueron pocos los que aceptaron el convite.

La identidad política que se construye en el gobierno de Riera se caracteriza por la cautela frente a temas que tienen que ver con hechos ocurridos en períodos anteriores y su discurso se adapta al discurso nacional, lo que le permite no perder autoridad aún cuando deja temas sin resolver. Por otro lado, es notable asimismo la relación armónica entre política y medios, al menos en las palabras de Riera, quien sostuvo: “gobernaré para todos los tucumanos, con un profundo respeto por la Prensa. Se evitará el desborde que provoca siempre intranquilidad y zozobra en los espíritus.”²⁴

El gobierno de José Jorge Alperovich (2003 al 2007) se caracteriza por el uso pleno de la estrategia marketingniana en política para alimentar una identidad que ya fue construida por gobiernos anteriores. De esta manera, el gobierno explota la centralidad comunicacional de la política a su favor y acomoda los discursos a las imágenes gubernamentales que permanentemente se venden. Es relevante observar cómo los constructores de la imagen del gobierno alperovichista traen al presente recuerdos del pasado que, la cultura política

²² Diario *La Gaceta*, 22 de Diciembre de 1983.

²³ Diario *La Gaceta*, 21 de Diciembre de 1983.

²⁴ Diario *La Gaceta*, 11 de Diciembre de 1983.

tucumana, aprueba y rechaza para marcar así una diferencia y mostrarse a sí mismos como los representantes de “la verdadera identidad política tucumana”. Por ejemplo, de la época de Riera se recuerda el quietismo, en cambio hoy, de un peronismo renovado, cuyo móvil es la acción y no la palabra. Pero esto no quiere decir que el gobierno actual ha abandonado por completo aquella característica política que promete “hacer”, sino que ahora se ha comprendido “la relevancia del ‘cómo decir’ como complemento esencial del tradicional ‘qué decir’ o ‘propuesta’.”²⁵ De esta manera se impone el slogan publicitario en distintos medios de prensa: “estamos trabajando, hay mucho por hacer”, que justifica las promesas sin cumplir.

El gusto por rasgos autoritarios, característicos de la identidad política tucumana, se evidenció cuando –en tiempos democráticos- resultó electo un ex gobernador de facto, el ex General Antonio Domingo Bussi. Esa característica –que analizamos en un trabajo anterior²⁶- es reflatada también en el gobierno de Alperovich. Así de la experiencia del gobierno de Riera (como de otros gobiernos que aquí no analizamos) se sabe que las promesas molestan, pero –al mismo tiempo- se reconoce la necesidad de comunicar los proyectos futuros. En tanto que del gobierno de Bussi se dice que la mayoría que lo votó traía a la memoria el recuerdo de “las obras públicas” como el de “un cierto orden autoritario” de su gobierno de facto, ambas características que –argumentaron los votantes a Bussi- eran necesarias para terminar con los gobiernos corruptos imperantes. Aún cuando, se demostró –luego- que el gobernador Bussi también era corrupto (cuentas en Suiza, etc.) en el imaginario colectivo perdura la idea de su “impecable” gobierno de facto. En ese sentido, el gobierno de Alperovich trató de conciliar el gusto por lo autoritario y el democrático en sus decires y actividades políticas.

José Alperovich, ganó las elecciones a gobernador en octubre del 2003 de manera hegemónica, le ganó a una oposición representada –sobre todo- por el fiscal anticorrupción Esteban Jeréz²⁷. Y, una vez en el poder, la política del mandatario se caracterizó por llevar

²⁵ Martínez Pandiani, Gustavo. Op. Cit. Pag. 33.

²⁶ Santillán, María Josefina: “La construcción de una identidad autoritaria en Tucumán”. En Casali de Babot, Judith (Dir.) (2006): *Los rostros de la exclusión. Una mirada interdisciplinaria*. Tucumán. Ed. Fac. de Fil. y Letras, UNT.

²⁷ Partido “Frente Anticorrupción”, que tenía el apoyo del ARI y de López Murphy. Luego de perder las elecciones este partido se desarmó y Jeréz se fue al Partido Recrear, donde se postuló a diputado nacional.

adelante un plan vasto de obras públicas en distintos niveles sin dejar de exhibirlo generalmente en medios tucumanos, por eso se privilegiaron las obras públicas “visibles”. Pero el afán de poder lo condujo por el camino de la dominación política, modificó la Ley Fundamental a su favor, a través de una reforma cuestionada en los medios nacionales y, poco a poco, fue anulando la oposición, la que no pudo ni siquiera expresarse libremente en los programas televisivos o radiales de la provincia, generalizándose una censura subterránea. La pregunta que se genera es ¿por qué la población no reacciona ante la peligrosidad de estos hechos? Sencillamente podemos contestar que es debido al marketing gubernamental llevado adelante capaz de explotar –positivamente- el gusto de muchos tucumanos por el autoritarismo.

Un ejemplo común al gobierno de Alperovich como al de Riera es el caso de la falta de obras públicas que tengan en cuenta viejos problemas que azotan a Tucumán como el de las inundaciones de verano. El gobierno de Alperovich respondió a las críticas anunciando un plan de viviendas para los damnificados y una reestructuración de “aquellas obras que no son visibles”, sin embargo la acción se concentró en las obras visibles y en repetir –de manera constante- “estamos trabajando, hay mucho por hacer”²⁸. En cambio el gobernador Riera afirmó: “realizaré todo lo que esté a mi alcance para dar soluciones a las familias damnificadas”²⁹. Frente a esas palabras, se le hizo notar al mandatario, cuando hizo un recorrido por Simoca, Monteros y Río Colorado, que “el río Valderrama lleva un gran caudal, por lo que se requiere la realización de defensas.”³⁰ Riera, al respecto contestó “que el problema está siendo analizado por técnicos de Obras Públicas.”³¹ Cabe resaltar que en cada recorrido realizado por el gobernador era recibido con ovación por los pobladores afectados.

La repetición de esos problemas en sucesivos gobiernos provinciales evidencia una falta de aplicación de programas de obras conducentes a solucionar el problema.

²⁸ Estas frases del gobernador Alperovich se repiten en propagandas televisivas como en el diario *La Gaceta* y en otros diarios electrónicos e impresos de la provincia.

²⁹ Diario *La Gaceta*, 10 de Marzo de 1984.

³⁰ Diario *La Gaceta*, 10 de Marzo de 1984.

³¹ Diario *La Gaceta*, 10 de Marzo de 1984.

CONCLUSIÓN

Teniendo en cuenta la afirmación de que la cultura política es un elemento que constituye una identidad política, ya sea nacional o regional; la provincia de Tucumán se ha caracterizado por construir, en materia política, una identidad híbrida, mezcla de rasgos autoritarios y democráticos a lo largo de su historia. En ese sentido, restringiéndonos sólo al gobierno de Riera, se observa tanto en su discurso como en su accionar –publicado en el diario *La Gaceta*- esos semblantes identitarios, al –por ejemplo- no cuestionar en absoluto el gobierno de Isabel de Perón, al no remover los jueces que encarcelaron a Amado Juri, al no pronunciar palabra sobre los nombramientos –hechos a fines del Proceso- de cargos públicos (municipios), al no manifestar “si la administración justicialista se seguirá manejando con miembros del Proceso”³², entre otros. Al mismo tiempo, se manifiesta un respeto por la democracia al recibir a las madres de desaparecidos; al purgar la dirigencia policial; al “promover la creación de una comisión bicameral de Derechos Humanos, para dar una respuesta a los familiares de los muchos desaparecidos de Tucumán;”³³ al invitar a los funcionarios del área de educación - nombrados en el Proceso- a renunciar; entre otros no citados.

Si el comportamiento político, como menciona Peschard, es una consecuencia de la cultura política, el accionar de Fernando Riera como el de José Alperovich es consecuencia de una cultura que construyó una identidad híbrida en la provincia. Al mismo tiempo, es posible afirmar que los comportamientos políticos de los dirigentes nutren y fortalecen esa identidad. A tal punto que Alperovich puede hoy valerse de las estrategias marketingnianas para mantenerse en el poder, ser menos cuestionado y satisfacer sus ansias de poder a través de la hábil explotación de la centralidad comunicacional de la política. En ese sentido: expone mediáticamente cada obra pública realizada aún cuando hay obras importantes que no se realizan, lo que se justifica con el slogan “hay mucho por hacer”; modifica la Constitución luego de tener una elección constituyente a su favor, para poder ser candidato

³² Diario *La Gaceta*, 22 de Marzo de 1984

³³ Diario *La Gaceta*, 22 de Marzo de 1984.

durante dos períodos más (puesto que la reelección no tendrá en cuenta el período en curso); cuando se lo cuestiona en cualquier asunto –como el caso de las inundaciones últimas- Alperovich reconoce que “Tucumán tiene 30 años de desinversión”³⁴ y se defiende con la frase “nosotros hemos trabajado fuerte, pero nos falta hacer mucho porque hace 30 años que no se hizo absolutamente nada en Tucumán”³⁵. Sin embargo en esa afirmación no se involucra a pesar de que estuvo afectado, políticamente, en el gobierno de su antecesor Julio Miranda.

Alperovich, a diferencia de Riera, pudo capitalizar las características de la cultura política tucumana, es decir, los sentimientos y evaluaciones hechas por la ciudadanía tucumana en cuanto a las relaciones de poder e “imponer” (entre comillas porque logra consenso) sus apetencias políticas. Al mismo tiempo, se logra consolidar una identidad política particular.

Frente a la escasa bibliografía sobre la historia de Tucumán –para los períodos analizados- las fuentes periodísticas resultan imprescindibles para bucear en el pasado. No obstante, es necesario confrontar la información recogida en los diarios con testimonios y otro tipo de documentación (bibliográfica, legislativa, etc.) a los fines de lograr una mayor objetividad, porque muchas veces la verdad es tergiversada por “la coerción, la coacción y la manipulación desde el poder.”³⁶ Sin embargo, para algunos especialistas, esa tensión entre los medios y el poder contribuye, paradójicamente, a una mayor objetividad periodística puesto que, de lo contrario, “las cosas serían mucho peor y siempre estarían en consonancia con lo que quiere el poder, es decir, propaganda y no periodismo.”³⁷ (pag. 29) Desde nuestro análisis nos preguntamos si la especialización del marketing político no contribuye a estereotipar una identidad política y a contrarrestar el periodismo a favor de la pura propaganda.

³⁴ Artículo: “Kirchner analizó la situación de Tucumán y definió su plan de ayuda”. Publicado en la página web de la Presidencia de la Nación, el 17 de Enero de 2007. www.presidencia.gov.ar

³⁵ “Kirchner analizó...”. Op. Cit.

³⁶ Kirschbaum, Ricardo en “Mesa redonda 1: El desafío de la verdad”. Op. Cit. Pag. 29.

³⁷ Kirschbaum, Ricardo. Op. Cit. Pag. 29.

BIBLIOGRAFÍA

- Aboy Carlés, Gerardo (2001): *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Santa Fe. Ed. Homo Sapiens.
- Laclau, E. (1996): *Emancipación y diferencia*. Ed. Ariel. Argentina.
- Laclau, E (2005): *La razón populista*. Ed. FCE. Bs. As., Argentina.
- Martínez Pandiani, Gustavo (2004): *Marketing Político. Campañas, medios y estrategias electorales*. Ed. Ugerman. 1ª edición 1999. Bs. As.
- Peschard, Jaqueline (2005). *La cultura política democrática*. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática N° 2. En: www.inep.org/diccionarioelectoral/c/culturapolitica.
- Rivera, Vanesa: “Marketing político”. Publicado en el Portal de Relaciones Públicas, en Internet: <http://www.rppnet.com.ar/mktpolitico.htm>
- Romero, Luis Alberto (2006): *Breve historia contemporánea de la Argentina*. Ed. FCE. Bs. As.
- Santillán, María Josefina: “La construcción de una identidad autoritaria en Tucumán”. En Casali de Babot, Judith (Dir.) (2006): *Los rostros de la exclusión. Una mirada interdisciplinaria*. Tucumán. Ed. Fac. de Fil. y Letras, UNT.
- *Seminario Internacional. Desafíos del Periodismo Real: los diarios en la encrucijada del siglo XXI*. Buenos Aires. Ed. Arte Gráfico. 2006
- Stuhlman, Luis (2001): “Marketing y comunicación de gobierno”. En: De Masi, Oscar Andrés (comp.): *Comunicación gubernamental*. Ed. Paidós. Bs. As.

Fuentes: Diario *La Gaceta*, *El Clarín* y *La Nación*