

La creación de los consumidores en la última dictadura argentina*

DANIEL FRIDMAN**

*José es licenciado en economía
pasa la vida comprando porquerías.*

Yo también.

“José Mercado” Peperina, Serú Girán

En varias ocasiones, las autoridades económicas de la dictadura militar 1976-1983 se valieron del lenguaje de guerra utilizado por las fuerzas armadas para aplicarlo a la esfera económica. La figura del “tanquecito” es uno de los recursos más recordados por los argentinos. El gobierno lanzó una campaña televisiva contra la evasión de impuestos, en la que un tanque de guerra representaba a la Dirección General Impositiva. En la publicidad, el tanquecito, con brazos y ojos, perseguía a los evasores por las calles mientras pegaba carteles con la leyenda “buscado”. El paralelo entre delito económico y disidencia política no fue exclusivo de este anuncio. Problemas económicos como la inflación y la inconducta financiera se comparaban con la subversión política como demonios que afectaban la vida apacible de una población indefensa (Barros, 2003, p. 17). “Señores, la delincuencia económica es copartícipe de la subversión”, decía Christian Zimmerman, vicepresidente del Banco Central en un discurso frente a representantes de compañías financieras (“Actividad clandestina,” 1978). Cuando parecían fallar los instrumentos económicos para evitar la actividad financiera irregular y la inconducta en el sistema bancario, las autoridades económicas echaban mano a discursos propios de la política represiva de los militares. De un modo similar al que la proclama inicial de la dictadura asignaba un puesto de combate a cada ciudadano (Troncoso, 1984, p. 108), Zimmerman

* El presente artículo se basa en mi trabajo de maestría, en el que se analizan también los efectos de la reforma financiera de 1977 y del surgimiento del diario *Ámbito Financiero* en la construcción de los inversores, así como las consecuencias de la crisis financiera de 1980. Este artículo se enfoca únicamente en la construcción de los consumidores.

** Departamento de Sociología, Columbia University.

llamaba a los banqueros a reprimir ellos mismos a quienes transgredían las normas financieras.

Mientras la irrupción de la guerra en el discurso económico de la dictadura no ha pasado desapercibida, menos atención se ha prestado al lenguaje que más frecuentemente usaban las autoridades económicas, y que poco tenía que ver con la guerra o la represión. En 1977, el Ministerio de Economía lanzó una campaña en los medios, llamada “Un cambio de Mentalidad”. La campaña incluía publicidades en radio y televisión, cortos exhibidos en cines, avisos en los diarios y miles de boletines que enseñaban a los argentinos a ser buenos consumidores. El Ministro de Economía cautelosamente señalaba que estas campañas no buscaban imponer conductas en los consumidores, sino aumentar su libertad de decisión. En la campaña, se presentaba el consumo como sinónimo de libertad individual (Ministerio de Economía, 1981a, pp. 152-154).

¿Cuál es el significado de estas políticas hacia los consumidores y el discurso sobre la libertad individual que lo acompañaba, en medio del terror represivo? La mayoría de los estudios sobre la última dictadura se refiere al terrorismo de estado o a los cambios económicos estructurales que dejó, pero no se ha puesto suficiente atención en este lenguaje liberal. Este lenguaje no era una mera distracción retórica, sino que formaba parte integral de la lógica de gobierno de la dictadura. A través de esas campañas, las autoridades económicas buscaron crear un sujeto específico, el *homo economicus*.

En los últimos años, la sociología económica ha pasado de sospechar y mirar con recelo al *homo economicus* a intentar comprender los procesos que lo construyen. En un artículo publicado en este volumen, el sociólogo francés Michel Callon utilizó el concepto de *performatividad* para explicar los efectos de la economía como disciplina en la economía como realidad. Algunos sociólogos han intentado denunciar la validez de la teoría económica criticando la reducción y abstracción del concepto de *homo economicus*. Otros trataron de enriquecerlo agregando reglas, valores y cultura. Sin embargo, lo que no han podido reconocer es la existencia del *homo economicus*. En lugar de enriquecerlo, lo que la sociología puede es contribuir a una comprensión de la simplicidad que lo caracteriza. El *homo economicus*, principal supuesto de los economistas, sí existe (aunque en diversas formas), pero no se trata de una condición natural de la humanidad o un principio ontológico. El *homo*

economicus es formateado y equipado por “prótesis” que hacen posible el cálculo racional que lo caracteriza. Según Callon, buena parte de esas prótesis son producidas por la ciencia económica (Callon, 1998, p. 51). De este modo, pese a que formalmente intentaría comprender el funcionamiento de los mercados, la economía como disciplina en gran medida configura la economía como realidad, y a los actores que se desenvuelven en ella.

Las campañas de orientación del consumidor llevadas a cabo entre 1977 y 1981 bajo la gestión de José Alfredo Martínez de Hoz fueron un intento de colocar esas prótesis y construir una nueva identidad económica. El sujeto atomizado que elige en base a cálculos racionales naturalmente formaba parte del núcleo teórico de los economistas neoliberales o monetaristas de esa administración, pero su presencia en la realidad era menos obvia para ellos. Los economistas intentaron entonces construir un sujeto que se ajustara a su descripción teórica. Esto pone de manifiesto la relevancia política de la “performatividad” de la economía. Si los actores económicos actúan a tono con la teoría monetarista, podrían convertirse entonces en más legibles y predecibles para formas particulares de gobierno.

Michel Foucault y otros autores han teorizado y analizado sobre el modo en que los gobiernos establecen formas de hacer a los gobernados legibles, entendibles, y por tanto gobernables. Los gobiernos crean lenguajes para caracterizar y dar forma a las esferas sociales que intentan administrar (Foucault, 1991; Miller & Rose, 1990; Scott, 1998). Varios análisis recientes de las políticas neoliberales de las últimas décadas han puesto de manifiesto la preocupación gubernamental por moldear las conductas individuales sin afectar la autonomía de los individuos (Barry, Osborne, & Rose, 1996; Burchell, Gordon, & Miller, 1991; Miller & Rose, 1990). El neoliberalismo se caracteriza por la reticencia a intervenir en la esfera autónoma de los individuos, y el *homo economicus* proveía un orden basado tanto en la legibilidad como en la autonomía de los sujetos. Formatear y equipar el *homo economicus* era una preocupación de los economistas neoliberales en la Argentina, no solo para hacer funcionar el mercado de un modo más cercano a la teoría, sino también para proveer orden y legibilidad a una sociedad que era vista por muchos como ingobernable. El *homo economicus* debía corregir las distorsiones que, tanto para las fuerzas armadas como para los economistas, estaban conduciendo al país a la anarquía y la disolución, trayendo orden a la conflictiva vida política y económica del país.

Esto fue la bisagra que hizo traducibles los intereses de los militares y los economistas neoliberales.

El gobierno se valió de dos políticas para la construcción del *homo economicus*: la política hacia los consumidores y la reforma financiera.² Este artículo trata de la primera. Intentaré primero ubicar la importancia del *homo economicus* en el contexto de una conflictiva alianza entre militares y economistas neoliberales. Luego describiré y analizaré el nuevo discurso sobre los consumidores y las políticas que lo acompañaron. En la última sección se discuten los posibles efectos de estas políticas en los años posteriores a la dictadura.

² Naturalmente, el gobierno no utilizaba, como lo hago aquí, el término *homo economicus*. La manifestación concreta de este concepto en el lenguaje y en la práctica era consumidores, inversores y ahorristas.

Distorsiones y traducciones entre militares y economistas

Antes de analizar la política hacia los consumidores, intentaré entender aquí por qué el *homo economicus* adquirió tanta importancia en este particular contexto político. A pesar de las diferencias en sus visiones del orden social, economistas neoliberales y militares compartían un diagnóstico: la crisis que llevó al golpe militar se originaba en distorsiones en la vida política y económica del país. Estaban de acuerdo también en que solo una dramática corrección estructural salvaría al país de la anarquía. Además de las conocidas políticas de libre mercado, los economistas contribuyeron con un modelo alternativo del sujeto, que debería corregir esas distorsiones, para traer estabilidad política y económica.

La mayoría de las investigaciones sobre la dictadura se ha concentrado en las violaciones a los derechos humanos y los efectos terribles del terrorismo de estado. La bibliografía sobre los procesos económicos durante la dictadura es más limitada, y fue desarrollada más que nada en la primera mitad de la década del 80' (Azpiazu, Basualdo, & Khavisse, 1986; Canitrot, 1980; 1981a; 1981b; Paz, Jozami, & Villarreal, 1985; Schvarzer, 1983a, 1983b). Después de esos trabajos, el grueso de las referencias a la esfera económica apuntaron al legado de las políticas económicas implementadas en la dictadura, principalmente la deuda externa y la desindustrialización (Basualdo, 2001). Pero no se ha investigado lo suficiente las delicadas relaciones entre política y economía *durante* la dictadura. En los últimos años se ha comenzado a corregir este sesgo y ha resurgido la investigación sobre el período más allá de la represión y sus efectos (Novaro & Palermo, 2003; Pucciarelli, 2004). Estos análisis re-

cientes describen, por ejemplo, las relaciones entre generales y economistas (Biglaiser, 2002); la delicada estructura de poder y diseño institucional de la junta militar (Canelo, 2004); las relaciones entre el estado y las grandes empresas (Castellani, 2004) y el papel de los *think tanks* económicos de la época (Heredia, 2004).

Uno de los rasgos más salientes de estas investigaciones —en especial el trabajo de Canelo (2004) y Biglaiser (2002)— es una observación más detallada de las relaciones entre militares y economistas neoliberales. Éstos han colaborado con un rango muy amplio de gobiernos en el mundo, desde los regímenes militares de América Latina hasta los gobiernos poscomunistas y anti-totalitarios de Europa Oriental. Esta versatilidad demuestra que no había una afinidad *necesaria* entre los militares y los economistas neoliberales. Tampoco esta alianza era imposible, como lo demuestran uniones similares en varios países, en especial en Chile. Sin embargo, importantes rasgos de ambos grupos hacían esa alianza cuanto menos problemática. No intentamos explicar aquí la razón y motivaciones de esta alianza.³ Pero una vez que la elección fue hecha, sus diferencias requirieron *traducciones* (Latour, 1987): la bisagra que conectó el lenguaje diferente de ambos grupos fue el objetivo de corregir *distorsiones* en la vida política y económica del país.

³ Glen Biglaiser (2002) ha analizado la elección de políticas en los regímenes militares de la Argentina, Chile y Uruguay.

Entre los militares de América Latina existía una tradición nacionalista, claramente opuesta al credo neoliberal. Según el politólogo Glen Biglaiser (2002, p. 13), “contrariamente a la creencia popular, un importante denominador común entre la mayoría de los militares en los países en desarrollo es su intensa oposición a las políticas promovidas por los economistas neoliberales.” Muchos de los principios más básicos de los militares los colocaban lejos de posiciones neoliberales. En primer lugar, las fuerzas armadas dependían de recursos públicos que las políticas neoliberales proponían restringir. Este es especialmente el caso de las fuerzas armadas más divididas en facciones, como las de la Argentina, que precisaban esos recursos para sostener los diferentes bandos. En segundo lugar, los militares veían la industria nacional y un estado fuerte como una prioridad, un medio para defender la soberanía y la seguridad nacional. Estos objetivos eran demasiado importantes como para dejarlos librados a las fuerzas del mercado, en donde inversiones extranjeras tomarían parte del control. El estado era además la usina que promovía el desarrollo de industrias asociadas con la soberanía nacional y la independencia. Estas incluían, naturalmente, el armamento, pero tam-

bién el acero, petróleo y la industria química y nuclear. En tercer lugar, muchos militares estaban involucrados personalmente en directorios de empresas estatales, de modo que la privatización y el debilitamiento del estado afectarían también sus posiciones. Por estas razones, y como demuestra Canelo para el caso argentino, la elección de economistas neoliberales era difícil de aceptar para la mayoría de los militares. La oposición militar a las políticas pro-mercado era además más intensa en la Argentina que en Chile. Mientras el carácter vertical y personalista del régimen de Pinochet permitió un compromiso más sostenido con estas políticas, la junta militar, con sus delicados equilibrios entre las distintas fuerzas, promovió mayor disenso hacia el programa económico (Biglaiser, 2002).

Por otra parte, las nociones de orden social que sostenían los neoliberales eran radicalmente diferentes de las de los militares. Para los economistas, el modelo ideal del orden era una sociedad de individuos atomizados que actúen racionalmente en un mercado que es el origen del equilibrio social. Las constantes referencias del ministro de economía Martínez de Hoz y otros funcionarios a la libertad contrastaban claramente con una idea militar de orden, asociada a una estructura vertical con un comando centralizado. Nada más alejado del *laissez faire* que la idea militar de orden. Ésta se preocupa más por las complejidades y la mística propia del mando, así como la sumisión individual a los objetivos del colectivo, prestando poca atención a la libertad individual. El siguiente fragmento de un discurso de Jorge Videla en 1975 muestra el tipo de preocupación de los militares:

“Mandar no es solamente ordenar. Mandar es orientar, dirigir el esfuerzo del conjunto en procura de un objetivo superior. Mandar es resolver y afrontar las responsabilidades emergentes de las decisiones adoptadas. Mandar, en última instancia, es impulsar con el ejemplo aun a costa de cualquier sacrificio” («Personalidad y trayectoria,» 1976).

Podría argumentarse con escepticismo que estas dos concepciones del orden social estaban restringidas cada una a su esfera específica. En este caso, el orden vertical excluiría los asuntos económicos mientras que la libertad de los economistas no saldría del terreno económico. Aunque debe aceptarse que existe un grado de separación entre estas esferas (corroborado por la habitual práctica militar de asignar un civil en el ministerio de economía), considero que separar de forma tajante ambas esferas es un error. El programa neoliberal creó conflictos permanentemente tanto al interior de las fuerzas arma-

das como entre militares y economistas. Varios jefes militares se quejaban del programa económico, como demuestra Canelo (2004). El discurso de Emilio Massera (1979) “La Nación no es un Mercado” (al que me referiré más adelante), así como el lazo entre políticas del consumidor y democracia establecido por el ministro de Economía, demuestra que no es tan fácil dividir política y economía completamente. El conflicto de *ethos* excedía la esfera específica de cada grupo.

Al referirme a los economistas como un ‘grupo’ en contraste con los militares, corro el riesgo de que se considere a los economistas como un sector totalmente homogéneo. Sí había cierta homogeneidad, en tanto no había economistas no liberales en el equipo económico. Pero la distinción entre liberales tradicionales y tecnócratas menguó la coherencia de las ideas y de las acciones de las autoridades económicas (Canelo, 2004; Beltrán 2005). El propio Martínez de Hoz navegaba estas divisiones favoreciendo distintas posiciones en distintos momentos. Pero aun cuando estas divisiones se mantuvieron a lo largo de toda la gestión, la influencia de los tecnócratas (monetaristas) fue creciente. No tanto como en el caso chileno, y en este sentido, hablar de *Chicago Boys* en la Argentina sería exagerado (Túrolo, 1996, p. 230). Pero la proporción de economistas profesionales en el equipo económico de los primeros cinco años de la dictadura era más alta que la de cualquier otra administración hasta entonces (Biglaiser, 2002, pp. 96, 103). Entre ellos, quienes se habían formado en el monetarismo (como por ejemplo Alfredo Diz y Ricardo Arriazu, presidente y jefe de asesores del Banco Central, respectivamente) tuvieron posiciones de extraordinaria influencia. Mientras al comienzo el rumbo económico fue un poco más ambiguo, después de 1977 se orientó mucho más hacia experimentos monetaristas (Canelo, 2004, p. 230; Schvarzer, 1983a, p. 23).

Tampoco el monetarismo es una doctrina puramente económica ni homogénea. Como demuestra Gil Eyal en su análisis de las elites poscomunistas en Europa del Este, puede pensarse el monetarismo como una tecnología en lugar de una doctrina teórica (Eyal, 2000, p. 75). El monetarismo es un espacio de razón práctica, menos un canon teórico que un modo de gobernar a los individuos. Es por eso que a lo largo de su historia, gobiernos de orientación “monetarista” han aplicado recetas variadas desde el punto de vista teórico. Lo que lo caracteriza es que, a diferencia de las tecnologías autoritarias de gobierno, que procuran un control estricto de los individuos, el

monetarismo busca gobernar “a la distancia”, es decir sin sacrificar la autonomía individual. De ese modo, la libertad no es una fuerza contradictoria al gobierno, sino más bien un vehículo para gobernar (Miller & Rose, 1990; Rose, 1992). El monetarismo busca crear esferas sociales auto-organizadas, libres de intervención estatal, y dar mayor poder a los individuos. Individuos autónomos y responsables son la clave del gobierno neoliberal. Esta visión es de hecho la antítesis del dominio autoritario que caracteriza a los militares.

El terreno común entre los economistas y los militares era su oposición al populismo y su rechazo de las distorsiones. Como señala Bruno Latour (1987; 1993), las alianzas no necesariamente se basan en intereses idénticos. Los intereses, en todo caso, se reconfiguran y se traducen para poder construir alianzas. Distintos actores sociales pueden procurar otros objetivos, pero forjan un lenguaje común en el que puedan construir sus intereses como análogos. En la República Checa al caer el comunismo, por ejemplo, la oposición al autoritarismo y el fortalecimiento de la sociedad civil fue lo que conectó a los intelectuales disidentes con los tecnócratas neoliberales (Eyal, 2003). Naturalmente, esto no fue lo que forjó la alianza militar-neoliberal en la Argentina. Los economistas lograron ligar las reformas económicas que proponían con un futuro estable y en orden que se ajustaba a los deseos militares. Por muy lejana que sonara su idea de gobernar a la distancia de la idea de dominio militar, los economistas lograron presentar su proyecto como sinónimo de orden duradero. Tradujeron la necesidad militar de orden en políticas neoliberales.

El núcleo del discurso militar era indiscutiblemente la amenaza de la subversión comunista. Esa amenaza daba cierto grado de legitimidad a la dictadura y unía a unas fuerzas armadas con fuertes divisiones. Sin embargo, en su evaluación de la subversión como resultado de distorsiones de largo plazo en la vida política argentina, los militares encontraban un terreno común con los economistas. En palabras del General Roberto Viola, segundo presidente de la junta: “Nuestra tarea no terminará al erradicar la subversión, sino que también busca eliminar todos los factores que desde 1930 impidieron que nuestra vida política vaya por los canales de la estabilidad” (citado en Hodges, 1991, p. 13). Para los generales que comenzaron a conspirar para realizar el golpe de 1976, el peronismo era responsable de la inestabilidad política, el desorden y el surgimiento de las organizaciones armadas. Como ya había ocurrido en otros golpes,

aspiraban a borrar el peronismo del mapa político, pero la experiencia demostraba que la proscripción conducía a mayores problemas. El objetivo fue entonces atacar las estructuras socio-económicas que hacían posible ese movimiento.

Para las fuerzas armadas, la arraigada identidad peronista estaba basada en dos elementos: un irracional culto a la personalidad y un inmenso poder de movilización masiva. Esos niveles de movilización popular y esa conducta electoral eran considerados una distorsión para un sistema político normal. Varias veces el ministro del interior Albano Arguindeguy señaló que se permitiría la actividad de los partidos políticos cuando los ciudadanos fueran capaces de votar racionalmente y no emocionalmente (Feitlowitz, 1998, p. 31; Troncoso, 1984, p. 60). ¿Pero qué podía ofrecer el gobierno como alternativa a la identidad peronista? El exacto opuesto de fuertes identidades colectivas y actores irracionales es el individuo racional atomizado. Si bien los militares utilizaban una cuidadosamente planeada represión para dismantelar la organización de la clase trabajadora, no ofrecían una alternativa duradera a la identidad peronista, que pudiera ser comprendida, controlada y movilizada de un modo distinto que el peronismo lo había hecho en el pasado. Los economistas liberales proveyeron una traducción atractiva para esta necesidad: el modelo del *homo economicus*. Este modelo dismantelaría los ideales de ciudadanía social y movilización masiva que caracterizaban al peronismo.

El *homo economicus* como principio ordenador no dejó de generar cierta oposición en las fuerzas armadas. Emilio Massera, en desacuerdo con las políticas económicas de Martínez de Hoz, abandonó la junta y se convirtió en un fuerte crítico de las políticas neoliberales. Sus objeciones se enfocaban en el rol central de la economía y en la centralidad del *homo economicus*, y los reemplazaba por heroísmo militar y doctrina religiosa. En un discurso de abril de 1978, sugestivamente titulado “La Nación no es un Mercado”, decía: “Cada hombre, cada país, es una entidad económica, pero anterior a eso, cada hombre, cada país, es una entidad moral y una entidad política” (Massera, 1979, p. 106). Un año antes, Massera decía:

“Queremos un país de personas, no de masas. Queremos un país de imaginativos, no de autómatas. [...] Queremos un país en el que haya sitio para la belleza, para el heroísmo creador. Queremos un país en donde la economía no es un fin, ni el dinero un ídolo, porque quere-

mos un país en el que sólo Dios sea más importante que el hombre (Vázquez, 1985, pp. 240-241).

Aunque su noción del sujeto no está del todo clara, sus referencias a las masas y a la economía apuntan a diferenciarse tanto del peronismo como del *homo economicus*. A pesar de su perseverancia, Massera finalmente no logró fracturar la alianza entre economistas liberales y fuerzas armadas (Canelo 2004).

Los economistas marcaban constantemente las “distorsiones” que habían dejado los gobiernos populistas. El ministro de economía no presentaba las políticas económicas de gobiernos anteriores como incorrectas, mal escogidas o mal aplicadas, sino como aberraciones. Esas políticas eran vistas como modos antinaturales, distorsionadores y hasta absurdos de gobernar el mercado. En distintos discursos a fines de 1980, decía el ministro:

“No es lo mismo tratar de reducir la inflación en una economía como son muchas de las europeas, o los Estados Unidos [...] en que no hay que transformar toda la distorsión que había incorporado a nuestra economía treinta años de estatización y de elevado nivel de inflación. De manera que eso dificultó la lucha contra la inflación, la retrasó, lo mismo que el hecho de tener que corregir esas distorsiones” (Ministerio de Economía, 1981c, p. 896).

“Nuestra economía estaba demasiado distorsionada, no solo por la alta intervención del Estado y el elevado grado de intervencionismo estatal y de reglamentarismo que existía, sino también por la propia inflación, con lo niveles que había alcanzado, causaba distorsiones muy grandes sobre los niveles relativos de precios” (Ministerio de Economía, 1981c, p. 906).

La inflación es la obsesión de los monetaristas. A diferencia de los economistas keynesianos y estructuralistas que reconocían en la inflación un reflejo de pujas distributivas (y por lo tanto difícil de eliminar por completo), los monetaristas la han tratado invariablemente como un problema monetario que requiere soluciones técnicas (Babb, 2007, pp. 135-136). Mientras que para los economistas keynesianos la inflación es una variable que puede llegar aceptarse dependiendo de cuál sea la causa, la inflación para los monetaristas es la fuente de distorsiones que comprometen la transparencia que se precisa de la información económica. Para poder gobernar a distancia, los monetaristas necesitan información precisa y transparente sobre el mercado y el desempeño de la economía (Eyal, 2000, p. 77). La inflación se convierte en un problema grave para el flujo continuo de información transparente. Genera distorsiones constantes en los precios, como la indexación. “No solo distorsiona los precios y obs-

taculiza las decisiones racionales a nivel de la empresa, sino que impide un gobierno racional de la economía” (Eyal, 2000). El discurso neoliberal asocia la guerra contra la inflación con la búsqueda de la racionalidad y el orden.

Además de la inflación, a los economistas liberales les preocupaban las distorsiones que según ellos reinaba en la relación entre estado y actores del mercado. Éstos no se comportaban como unidades descentralizadas sino como actores colectivos. Diversos sectores de la clase propietaria y de los trabajadores tenían capacidad política para hacer demandas al Estado colectivamente. Los salarios dependían de la capacidad de los sindicatos de movilizar a sus miembros y de las negociaciones entre gobierno, capitalistas y trabajadores, como en el Pacto Social de 1973.⁴ Para la mirada liberal, los capitalistas ineficientes sobrevivían gracias a la protección del Estado. Mientras para los economistas liberales en general los mercados regulados generan distorsiones, en este caso veían actores colectivos interfiriendo activamente para trabar los mecanismos de mercado. Los economistas liberales veían el predominio de la acción colectiva en la esfera del mercado.⁵ Esta era la distorsión fundamental, que requería la creación de “una nueva mentalidad”, el *homo economicus*.

Un cambio de mentalidad

El ministro Martínez de Hoz varias veces dijo que para realizar las reformas necesarias, los argentinos tendrían que experimentar un gran cambio de mentalidad.⁶ Para él, la economía del país no tenía problemas incorregibles. Como dijo en su discurso al asumir la cartera económica (y más adelante se convirtió en el slogan de las campañas mediáticas), el país tenía suerte de no poseer ninguno de los cinco grandes problemas que aquejaban al mundo: exceso de población, falta de alimentos, tensiones religiosas y raciales, escasez de energía y economías estancadas. Aprovechar semejante oportunidad histórica dependía solamente de “un cambio de mentalidad” (Blaustein & Zubieta, 1998, p. 336; Ministerio de Economía, 1981b, p. 1). El vocablo “mentalidad” se usaba ambiguamente. Ni el ministro ni ningún miembro de su equipo explicaban qué entendían por mentalidad ni cómo podría cambiarse. La insistencia en las mentalidades muestra un tratamiento paradójico de los instrumentos de política económica y las posibilidades de éstos de producir el *homo economicus*. Los cambios técnicos en la estructura de incentivos eco-

⁴ El Pacto Social fue un acuerdo entre sindicatos, empresas y el Estado para controlar precios y salarios y de ese modo mantener la inflación bajo control (Riz, 1981). En este tipo de políticas hay un reconocimiento implícito de que la inflación es más un problema político que técnico.

⁵ Naturalmente, ni los liberales más extremos esperaban que la influencia corporativa de actores colectivos desapareciera por completo. Sabían incluso que sería muy difícil reducirla significativamente. Esta intención debe entenderse como un ideal inalcanzable pero al que el país debía acercarse lo más posible. La política hacia los consumidores, como se verá más adelante, fue un intento de reducir las demandas colectivas existentes y estimular demandas individuales de consumidores (y limitar las demandas colectivas a la esfera del consumo, a través de las ligas de consumidores).

⁶ Buena parte de la evidencia que se presenta en este artículo proviene de los discursos y escritos del ministro Martínez de Hoz. Es razonable asumir que sus palabras hayan sido fruto de un trabajo colectivo, o aun que muchos de sus discursos y reportes hayan sido escritos por colaboradores. La comunicación pública de las ideas del equipo económico se concentraba casi exclusivamente en el ministro, y pocas veces hablaban otros funcionarios. Por ejemplo, el presidente del Banco Central, Adolfo Diz, jamás hablaba públicamente, lo cual provocaba la ira de la prensa, así como varios chistes en los que se lo caracterizaba como “el hombre invisible” (Lamónica, 1979). Un funcionario del Banco Central declaró en una entrevista que Diz no hablaba con los medios porque creía que la función de comunicar le correspondía por entero al ministro de economía («Diálogos en el ámbito financiero,» 1978). Por otra parte, las declaraciones de Martínez de Hoz que se presentan aquí son consistentes a lo largo de los años

en que estuvo a cargo de la cartera económica, en escenarios distintos tales como discursos, escritos y entrevistas. Varias de esas ideas se repiten en forma casi idéntica en las campañas publicitarias así como en los boletines para el consumidor.

nómicos apuntaban a modificar la conducta de los actores del mercado, pero esos cambios no parecían ser suficientes. Si lo fueran, no habría necesidad de darle tanta atención a las mentalidades. La palabra *mentalidad* era utilizada para describir algo que se alteraba con políticas económicas pero que de algún modo tenía vida propia. Debía haber también un cambio interno en la subjetividad de los argentinos en relación a la economía. Ese cambio sería la consecuencia de las reformas impulsadas, aunque también la condición para el éxito de esas reformas:

“El cambio propuesto era muy profundo; no bastaba con un simple proceso de ordenamiento, sino que había que transformar normas y marcos institucionales, administrativos y empresariales, políticas, métodos, hábitos, y hasta la misma mentalidad de los agentes económicos privados y públicos.” (Martínez de Hoz, 1981, p. 236).

La resistencia al cambio sería un obstáculo fundamental para la nueva economía:

“No podíamos pretender cambiar todo de la noche a la mañana sin tener en cuenta la tremenda resistencia inercial que encontraríamos en la organización misma del Estado, de las corporaciones sectoriales, de los intereses adquiridos y de las mismas mentalidades” (Martínez de Hoz, 1991, p. 230).

Para conseguir ese cambio de mentalidad, el viejo discurso sobre los derechos de la clase trabajadora como actor colectivo fue reemplazado por dos figuras: consumidores e inversores. Estas dos identidades implicaban individuos racionales y atomizados: *homo economicus*. Ambas identidades eran vistas como desatendidas por los gobiernos anteriores y se esperaba en parte que emergieran naturalmente con la liberación del mercado de las intervenciones previas. Reconociendo sin embargo que existiría aquella “resistencia inercial” que esperaban encontrar en los ciudadanos, los economistas consideraron políticas adicionales para asegurar el éxito de estas identidades. La política hacia los consumidores fue la más importante.

“Como una necesidad fundamental para lograr el cambio de mentalidad correspondiente a una economía moderna, a partir de 1978 llevamos a cabo una campaña de orientación y educación al consumidor”, recordaba el ministro (Martínez de Hoz, 1981, p. 121). Construir consumidores implicaba tanto construir una “mentalidad de consumidor” como informar:

“El propósito de la campaña era desarrollar una conciencia del papel del consumidor que tiene cada habitante del país y también de

proveerle de mejor información con respecto a las variaciones de precio de los diversos productos” (Martínez de Hoz, 1981, p. 121).

Como ya hemos dicho, gobernar “desde la distancia” era el rasgo que distinguía a la tecnología monetarista, lo cual incentivaba al gobierno a reforzar una noción de consumidor autónomo e independiente. Los reclamos de los consumidores debían funcionar de modo muy distinto que los de la clase obrera organizada. Un consumidor sería autónomo del control estatal e intervendría en el mercado como individuo atomizado o descentralizado en lugar de como actor colectivo. Por otra parte, las demandas provendrían de la esfera de la circulación y no de la esfera de la producción, en donde la clase trabajadora tenía un cuerpo organizativo fuerte. La identidad obrera y otras debían ser borradas por la del consumidor: “todo el mundo es consumidor, por encima de su carácter de trabajador, de productor, de comerciante, de lo que fuera [...]” (Ministerio de Economía, 1980c, 1981c, p. 939). Con este principio, políticas como la apertura de las importaciones, que tuvo efectos devastadores para la industria local y los niveles de empleo y salario, eran interpretadas por Martínez de Hoz, además de como un incentivo para la modernización de las industrias nacionales, como el ensanchamiento de las opciones para los consumidores, quienes contribuirían a disciplinar los precios internos. Para el ministro, reconocer la condición de consumidor de todos los ciudadanos era un paso hacia una sociedad más democrática:

“Paradójicamente, en nuestro país aún los gobiernos populistas habían adoptado la práctica autoritaria de diseñar el sistema económico para la satisfacción de intereses sectoriales, es decir, de “arriba hacia abajo”, olvidándose del hombre común que carece de voz y de fuerza para manifestarse en forma organizada” (Martínez de Hoz, 1981, p. 122).

Martínez de Hoz implícitamente consideraba más democrática una economía liberal orientada a consumidores, porque la voz de los individuos atomizados y desorganizados es escuchada por el mercado. Esto es, naturalmente, el reverso del ideal peronista de ciudadanía, ligado íntimamente a la movilización y la organización colectivas. La intervención del Estado sería desde la distancia, asegurando una esfera autónoma y proveyendo herramientas a los consumidores pero sin defenderlos:

“Se puso así el acento en que, en un mercado libre, el consumidor debe aprender a defenderse a sí mismo más que buscar que el gobierno lo defienda. Este último, sin embargo, debe proporcionarle las herramientas para ello y enseñarle a usarlas cuando, como en el

⁷ Un editorial de *La Nación*, publicado más tarde en el boletín del consumidor, desarrollaba el mismo argumento: que la intervención estatal engendró la noción distorsionada de que el Estado mismo debía defender a los consumidores (Ministerio de Economía, 1980b).

caso de la Argentina, durante muchos años el consumidor no ha tenido libertad de elección, de opción y de decisión que le da la apertura de la economía” (Martínez de Hoz, 1981, p. 121).⁷

En medio de un gobierno que restringía la ciudadanía en todos los demás niveles, el Ministerio de Economía tuvo un rol activo en crear, educar y dar mayor poder a los consumidores. Una serie de cortometrajes, llamada “Un cambio de mentalidad”, se exhibió en televisión y en 600 cines. Las películas estaban “destinadas al consumidor, o sea a toda la población y encaradas didácticamente a fin de despertar en él inquietudes, abrir cursos de polémica, más que pretender imponer conductas” (Ministerio de Economía, 1981a, p. 153). La autonomía individual aparece una vez más como la prioridad para gobernar a la distancia.

Las autoridades económicas dedicaron notables esfuerzos y recursos a la educación del consumidor. Uno de ellos fue la edición de un boletín llamado *Orientación para el Consumidor* (OPEC). En su primer número, el boletín reconocía que la orientación de los consumidores era “una de las exigencias fundamentales de la política económica” (Ministerio de Economía, 1978). El boletín se editó en forma continua –quincenalmente el primer año y mensualmente después– desde diciembre de 1978 hasta marzo de 1981, y desapareció una vez que Martínez de Hoz abandonó su posición. Se llegaron a publicar 35 números, un total de aproximadamente 500 páginas. La tirada creció rápidamente de 20.000 a 200.000 hasta alcanzar los 350.000 (Ministerio de Economía, 1981a, p. 152). El boletín incluía información muy práctica, como recomendaciones y estrategias para la compra de diversos bienes (desde comida y electrodomésticos hasta propiedades), guías nutricionales, encuestas de precios, así como artículos sobre ética comercial y regulaciones sobre consumo. Había también artículos sobre economía básica, cómo se determinan los precios y la importancia de manejar los principios del cálculo económico. Presentaba, además, notas sobre el papel de los consumidores en la sociedad moderna y la importancia de la elección y la libertad. El boletín alentaba a los lectores a que defendieran sus derechos como consumidores, a que compararan precios y a que presionaran a los comerciantes locales para que se ajustaran a estándares éticos. Proveía herramientas para que los lectores se comportaran de forma más cercana al consumidor ideal, así como narrativas para construir una identidad consumidora.

Algunos de los efectos de estas campañas se vieron rápidamente. Las primeras asociaciones de consumidores que tuvo el país –varias de las cuales continúan activas en la actualidad– nacieron en el contexto de estas políticas y valiéndose del discurso que éstas difundían. En enero de 1980, el boletín OPEC publicó el texto del acta constitutiva de una liga de consumidores en Rosario. Los fundadores citaron ampliamente un discurso televisivo del ministro de economía (sobre el rol de los consumidores y el necesario cambio de mentalidad) como inspiración de sus acciones. Al año siguiente se creó ADELCO, una de las asociaciones de consumidores más activas y duraderas. El acta constitutiva, también reproducida en el boletín, repetía la visión de esa publicación sobre el papel de los consumidores en una sociedad de libre mercado (Ministerio de Economía, 1980a, 1980d).

Mientras el boletín insistía en que los lectores enseñaran a sus hijos a ser consumidores, el Ministerio de Economía se asoció con el de Educación a comienzos de 1980 para incluir temas de educación al consumidor en las materias escolares, incluyendo instrucción económica básica. De este modo, el estudiante “aprendería a sentirse responsable a través de los más pequeños actos que influyen en su vida cotidiana” (Martínez de Hoz, 1981, p. 124). Los programas educativos apuntaban a:

“configurar nuevas actitudes en el consumidor argentino, entre ellas la de dejar de lado prácticas desaprensivas; promover el hábito del ahorro; saber diferenciar lo esencial de lo superfluo; calcular prioridades; tomar conciencia de la importancia de las actitudes individual y colectiva; conocer la capacidad de inventiva y el esfuerzo armónico que se debe realizar entre la producción y el consumo” (Ministerio de Economía, 1981a, p. 153).

Para gobernar a los individuos sin afectar su autonomía, era esencial que entendieran la economía lo más a tono posible con las políticas económicas aplicadas. Si, por ejemplo, los argentinos comprendían la diferencia entre lo esencial y lo superfluo, y solo consumían lo necesario, el Estado tendría que intervenir mucho menos para incentivar, desincentivar o limitar el consumo o el precio de productos específicos (Ministerio de Economía, 1980e). Por otra parte, en los programas educativos, los cálculos sobre ahorro y consumo eran alentados desde el punto de vista individual, en contraste con el enfoque colectivo y de clase que había caracterizado a las políticas hacia los consumidores del peronismo. Cuanto más parecido al consumidor ideal actuara la gente, más se parecería el mercado real al

mercado ideal. Los economistas neoliberales precisaban alentar a la población a adaptar sus conductas económicas formateándola y equipándola con herramientas en sintonía con la teoría monetarista.

El consumidor individual debía corregir las dañinas distorsiones que los monetaristas veían en la economía argentina:

“El consumidor era el gran ausente en la mayor parte de los planes políticos y económicos que había conocido la población, y esta ausencia implicaba una grave distorsión de nuestra actividad económica y cultural” (Martínez de Hoz, 1981, p. 122).

No es totalmente cierto que los consumidores estuvieron ausentes en los planes anteriores. Lo que estuvo ausente fue la idea del *consumidor como individuo atomizado*, separado de nociones de justicia social u otras consideraciones colectivas (Elena, 2007).⁸ Martínez de Hoz no se refería a consumidores reales, sino a *consumidores definidos por el monetarismo*. Mientras para los monetaristas los actores colectivos son (y han demostrado ser) impredecibles, el *homo economicus* es condición necesaria para obtener predicciones precisas en el marco monetarista. Mientras que actores organizados y politizados como la clase obrera distorsionaban los cálculos que hacen posibles los pronósticos económicos, la conducta de los consumidores atomizados era más fácil de incorporarse en esos pronósticos. La creación de un consumidor transparente al monetarismo contribuía a hacer más predecibles a los sujetos. Mientras se les enseñaba a los individuos las herramientas económicas básicas que hacían el mercado más legible para ellos, los sujetos se hacían más legibles para el gobierno. En este sentido, la performatividad de la economía puede resultar esencial para el arte de gobernar.

⁸ Eduardo Elena analiza las campañas peronistas sobre inflación y consumo, basadas en nociones de justicia social, entre 1945 y 1955. Véase también Milanesio (2006). Para un desplazamiento similar desde una visión colectiva a una individual sobre el consumo en Chile, véase Stillerman (2004).

¿Un cambio de mentalidad?

Naturalmente, es difícil determinar el éxito o el fracaso de este particular intento de construcción del *homo economicus* argentino. Estos términos tienen sentido solo en comparación con un proyecto detallado o una descripción clara del futuro que se esperaba. Dado que los objetivos en política económica nunca se realizan por completo, la situación posterior siempre puede caracterizarse como éxito o como fracaso. Quienes estudian la gubernamentalidad han señalado el carácter ambiguo del éxito y el fracaso de las políticas económicas. La maquinaria evaluadora de las políticas económicas y la determinación de la ausencia de éxito muchas veces no hace más

que proveer incentivos para aplicar políticas similares nuevamente (Miller & Rose, 1990, p. 4). Como dicen Peter Miller y Nikolas Rose, “los intentos de inventar, promover, instalar y operar mecanismos de gobierno rara vez se implementan intactos, y casi nunca se considera que lograron lo que se proponían. Mientras la ‘gubernamentalidad’ es eternamente optimista, el ‘gobierno’ es una operación congénitamente fracasada” (Miller & Rose, 1990, p. 10). La determinación del fracaso de reformas neoliberales ha dado muchas veces renovado vigor para reformas más profundas.

Si se la evalúa según los objetivos declarados del ministro de economía al comenzar su tarea, su administración probablemente haya fracasado. Inflación, deuda externa, una industria local diezmada y una mayor concentración del capital en grupos cercanos al Estado marcaron la economía posdictadura (Azpiazu et al., 1986; Castellani, 2004). Sin embargo, para varios analistas, la dictadura tuvo éxito en transformar la economía de manera tal que volver atrás fuera imposible (Canelo, 2004; Villarreal, 1985). Esta visión sugiere que el gobierno naufragó en sus “objetivos manifiestos” de estabilizar y hacer crecer la economía pero que consiguió el “objetivo latente” de alterar de forma irreversible la conflictiva estructura social anterior (Villarreal, 1985). Esta distinción genera el riesgo de inferir objetivos (latentes) a partir de los efectos observados después de la dictadura. En el caso de la producción de los consumidores, queda claro que se trataba de un objetivo explícito. La evaluación de sus efectos es, sin embargo, una tarea difícil. El crecimiento del trabajo por cuenta propia durante la dictadura podría indicar un movimiento hacia el individuo atomizado. Pero este crecimiento se debió más al retroceso de la industria local, que empujó a muchos trabajadores hacia empleos independientes (Villarreal, 1985) que a un cambio en las “mentalidades” individuales. La mencionada creación de organizaciones de consumidores que reproducían el discurso del gobierno y la aceptación de los consumidores individuales como actores legítimos de la economía indican que en cierta medida se consiguió construir consumidores.⁹

Aún la lectura del ministro de economía aporta ambigüedad a la hora de evaluar el éxito del “cambio de mentalidad”. Martínez de Hoz explicaba, por ejemplo, la desilusión de su política financiera a través de la falta de adaptación de los actores económicos al nuevo escenario y la irresponsabilidad de sus conductas. Sus críticas implicaban que el cambio de mentalidad en realidad nunca ocurrió y su-

⁹ Para un análisis de la evolución posterior de las asociaciones de consumidores en la Argentina, el Brasil y Chile, véase Rhodes (2006).

gerían que los obstáculos que enfrentó su administración se originaban en el hábito de los argentinos de esperar todo del Estado:

“Cabe preguntarse si los obstáculos que debimos enfrentar tuvieron su origen en estas ideas o, más bien, en la falta de hábito de los argentinos a creer en ellas, a trabajar en lo que debe ser común a todos, a deponer sus ventajas individuales y a poner el acento en el esfuerzo propio sin esperarlo todo del Estado” (Martínez de Hoz, 1981, p. 241).

Si bien esta reflexión parece indicar el fracaso del “cambio de mentalidad” y el triunfo de la inercia, al final de su mandato Martínez de Hoz consideraba el cambio de mentalidad como uno de sus principales logros. Aun cuando falló buena parte de su programa, la gente comenzó a pensar de nuevas maneras:

“Con independencia de una cuantificación de las metas alcanzadas, consideramos que ha sido de gran importancia el cambio cualitativo que se ha logrado en el pensamiento y la opinión de la ciudadanía” (Martínez de Hoz, 1981, p. 241).

Diez años después, cuando el gobierno de Carlos Menem lanzó un programa neoliberal aún más agresivo, que incluía esta vez privatizaciones que no parecían aceptables una década antes, Martínez de Hoz vinculó el mencionado logro con las nuevas reformas:

“Creo que el logro más importante del programa de 1976 es el de haber desatado un cambio de mentalidad que fue produciéndose en los diversos sectores del país, hasta que hoy día puede decirse que existe un cierto consenso positivo sobre los postulados fundamentales” (Martínez de Hoz, 1991, p. 244).

En efecto, como demuestra Gastón Beltrán (2005), durante la década del 80’ emergió un consenso entre las elites argentinas sobre la necesidad de aplicar reformas estructurales. Pero, para el ministro, no fueron solo los sectores dominantes los que adoptaron principios neoliberales; la población en general, habiendo conocido el libre mercado, presionaba ahora al gobierno en favor de reformas pro-mercado:

“El cambio de mentalidad se fue produciendo gradualmente en la población sobre la base de las experiencias vividas y fue finalmente ella misma la que comenzó a exigir a sus dirigentes la efectivización concreta de este cambio a través de la acción del gobierno” (Martínez de Hoz, 1991, p. 245).

La visión de que se logró producir un cambio subjetivo en la población era compartida por el diario *Ámbito Financiero*, que aunque apoyaba las políticas neoliberales, ya era un firme opositor de

Martínez de Hoz desde 1980. Hacia el final de la dictadura, el periódico minimizaba las importantes fallas de las políticas aplicadas y valoraba al ministro por haber producido un cambio de mentalidad. A pesar de sus defectos, decía, la dictadura había enseñado a los argentinos a “amar la libertad económica”. Este amor por el libre mercado de una joven generación de argentinos era para el diario el mejor legado del gobierno militar (Bonaldi, 1998, p. 342). Un editorial de *Ámbito Financiero* en el sexto aniversario del golpe decía: “Ese amor, ese descubrir la libertad económica a toda una generación joven de argentinos, algún día será más útil como arma política para no ‘saltar al vacío’ o enfrentar al dirigista de turno, que todos los estatutos y regulaciones que quiera imponer ahora, con el desgaste de 6 años, este Proceso Militar” (citado en Bonaldi, 1998, p. 342). Para *Ámbito Financiero*, una vez que la gente aprende a amar la libertad económica, el proceso es irreversible.

Pero esta no fue la única narrativa que surgió sobre este período de la historia argentina. Hacia finales de la dictadura, nació un relato alternativo, crítico de la nueva cultura del consumidor, así como de la especulación financiera, ambos pilares de la construcción del *homo economicus*. En 1982, aun antes de que retornara la democracia, la película *Plata Dulce* reflejaba con ironía estos años en términos de codicia, oportunismo y fiebre consumidora. Tan fuerte fue la representación de la película que le dio su nombre a la era. El film retrataba a los argentinos sacrificando sus vidas estables a favor de las ganancias fáciles del sistema financiero y el consumo suntuoso. El slogan de la película decía: “Viajes a Río... a Miami... dólar barato... todo importado... eran los tiempos de la plata dulce” (Ayala, 1985). Este fue el comienzo de una narrativa marcada por la culpa, en la que los argentinos eran representados como ciegos y egoístas, aprovechando beneficios de corto plazo sin reparar en las consecuencias. Casi dos décadas más tarde, el ocaso del menemismo vio surgir una versión reciclada de esta narrativa. El desplazamiento hacia el individuo atomizado que se produjo durante la dictadura dejó su huella en la cultura argentina. Ya sea para condenarla o para elogiarla, la conducta económica individual pasó a ser un componente fundamental de las explicaciones populares para las causas de las crisis económicas.

Analizar la *performatividad* de la economía significa abandonar dos posturas. En primer lugar, la idea de que el *homo economicus* se trata de una mera ficción, una abstracción sin ningún sentido, como

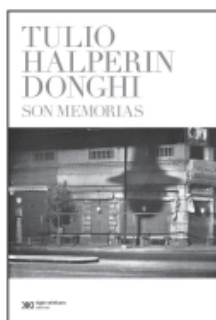
se ha sostenido por mucho tiempo desde la sociología. En segundo lugar, implica también abandonar la idea de que el *homo economicus* es una condición natural, que de tan simple ni merece ser analizada. Estudiar la performatividad es entonces aceptar que los sujetos sociales, aun en la dimensión económica, tienen una historia y que su incorporación a formas particulares de intercambio mercantil implica un trabajo de producción, tanto de las formas institucionales en que se organiza el mercado, como de los instrumentos de cálculo y las identidades de los actores sociales. Los economistas han tenido un rol fundamental en esa producción. Naturalmente, como cualquier proceso social, la producción del *homo economicus* no se realiza completamente. Varios autores han demostrado que las reconfiguraciones que producen los intentos de cambio “desde arriba” en el mercado y en sus actores no son totales y pueden producir nuevos efectos (re-enredos) más allá de los esperados (Callon, 1998; Scott, 1998; Tilly, 1999; Zelizer, 1997).

Habitualmente se sostiene que la dictadura produjo cambios en la subjetividad de los argentinos. Esto ha dado lugar a que demasiados y variados fenómenos sociales post-dictadura se hayan asociado a esa misma causa, pero sin suficiente claridad acerca de qué procesos durante la dictadura influyeron qué resultados después de ella. En los últimos años, los investigadores sociales han producido trabajos que buscan explicar en forma más específica los procesos sociales ocurridos durante la dictadura. El caso de la construcción de los consumidores ofrece un ejemplo concreto de cambios intencionales operados desde las instituciones del Estado durante la última dictadura, qué discursos fueron utilizados, y qué prótesis se distribuyeron para hacer posible aquello que el discurso promovía.

Bibliografía

- Actividad clandestina. (1978, Julio 25). *Ámbito Financiero*, p. 24.
- Ayala, F. (1985). Plata dulce. Buenos Aires: Legal Video; Aries.
- Azpiazu, D., Basualdo, E. M., & Khavisse, M. (1986). *El nuevo poder económico en la Argentina de los años 80*. Buenos Aires: Editorial Legasa.
- Babb, S. (2007). Embeddedness, Inflation, and International Regimes: The IMF in the Early Postwar Period. *American Journal of Sociology*, 113(1), 128-164.
- Barros, S. (2003). Violencia de Estado e identidades políticas. Argentina durante el Proceso de Reorganización Nacional (1976-1983) [Versión Electrónica]. *Amnis. Revue de Civilisation Contemporaine de l'Université de Bretagne Occidentale*, September 2003. Extraído el 10 de Enero de 2008 de <http://www.univ-brest.fr/amnis/documents/Barros2003.pdf>.
- Barry, A., Osborne, T., & Rose, N. S. (Eds.). (1996). *Foucault and political reason : liberalism, neo-liberalism, and rationalities of government*. Chicago: University of Chicago Press.
- Basualdo, E. M. (2001). *Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina: notas sobre el transformismo argentino durante la valorización financiera, 1946-2001* (1ra ed.). Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Ediciones.
- Beltrán, G. (2005). *Los intelectuales liberales: poder tradicional y poder pragmático en la Argentina reciente*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.
- Biglaiser, G. (2002). *Guardians of the nation? : economists, generals, and economic reform in Latin America*. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.
- Blaustein, E., & Zubieta, M. (1998). *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Bonaldi, P. (1998). *Ámbito Financiero y la Dictadura de los Mercados*. En E. Blaustein & M. Zubieta (Eds.), *Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso* (pp. 340-344). Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Burchell, G., Gordon, C., & Miller, P. (Eds.). (1991). *The Foucault effect: studies in governmentality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Callon, M. (1998). The Embeddedness of Economic Markets in Economics. En M. Callon (Ed.), *The laws of the markets* (pp. 1-57). Oxford ; Malden, MA: Blackwell Publishers/Sociological Review. [Traducido en este volumen].
- Canelo, P. (2004). La política contra la economía: los elencos militares frente al plan económico de Martínez de Hoz durante el Proceso de Reorganización Nacional (1976-1981). En A. R. Pucciarelli (Ed.), *Empresarios, tecnócratas y militares: la trama corporativa de la última dictadura* (pp. 219-312). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Canitrot, A. (1980). *Teoría y práctica del liberalismo: política antiinflacionaria y apertura económica en la Argentina, 1976-1981*. Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad.
- Canitrot, A. (1981a). *La disciplina como objetivo de la política económica: un ensayo sobre el programa económico del gobierno argentino desde 1976*. Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad.
- Canitrot, A. (1981b). *Orden social y monetarismo*. Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad.
- Castellani, A. (2004). Gestión económica liberal-corporativa y transformaciones en el interior de los grandes agentes económicos de la Argentina durante la última dictadura militar. En A. R. Pucciarelli (Ed.), *Empresarios, tecnócratas y militares: la trama corporativa de la última dictadura* (pp. 173-218). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Diálogos en el ámbito financiero. (1978, 22 de Octubre). *Ámbito Financiero*, p. 24.
- Elena, E. (2007). Peronist Consumer Politics and the Problem of Domesticating Markets in Argentina, 1943 - 1955. *Hispanic American Historical Review*, 87 (1), 111-149.
- Eyal, G. (2000). Anti-politics and the spirit of capitalism: Dissidents, monetarists, and the Czech transition to capitalism. *Theory and Society*, 29(1), 49-92.
- Eyal, G. (2003). *The origins of postcommunist elites: from Prague Spring to the breakup of Czechoslovakia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Feitlowitz, M. (1998). *A lexicon of terror: Argentina and the legacies of torture*. New York: Oxford University Press.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. En G. Burchell, C. Gordon & P. Miller (Eds.), *The Foucault effect: studies in governmentality* (pp. 87-104). Chicago: University of Chicago Press.
- Heredia, M. (2004). El proceso como bisagra. Emergencia y consolidación del liberalismo tecnocrático: FIEL, FM y CEMA. En A. R. Pucciarelli (Ed.), *Empresarios, tecnócratas y militares: la trama corporativa de la última dictadura* (pp. 313-377). Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

- Hodges, D. C. (1991). *Argentina's "dirty war": an intellectual biography* (1ra ed.). Austin: University of Texas Press.
- Lamónica. (1979, 3 de Mayo). Invisibilidad. *Ámbito Financiero*, p. 24.
- Latour, B. (1987). *Science in action: how to follow scientists and engineers through society*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Latour, B. (1993). *We have never been modern*. New York; London: Harvester Wheatsheaf.
- Martínez de Hoz, J. A. (1981). *Bases para una Argentina moderna, 1976-80*. Buenos Aires: n/a.
- Martínez de Hoz, J. A. (1991). *Quince años después*. Buenos Aires, Argentina: Emecé Editores.
- Massera, E. E. (1979). *El camino a la democracia*. Caracas: El Cid Editor.
- Milanesio, N. (2006). "The Guardian Angels of the Domestic Economy": Housewives' Responsible Consumption in Peronist Argentina. *Journal of Women's History*, 18(3), 91.
- Miller, P., & Rose, N. (1990). Governing Economic Life. *Economy and Society*, 19(1), 1-31.
- Ministerio de Economía. (1978). *Orientación para el Consumidor*, 1, 1.
- Ministerio de Economía. (1980a, Enero). Comunicándonos. *Orientación para el Consumidor*, 22, 8-9.
- Ministerio de Economía. (1980b, Mayo). De interés para todos. *Orientación para el Consumidor*, 26, 11.
- Ministerio de Economía. (1980c, Marzo). Editorial. *Orientación para el Consumidor*, 35, 2.
- Ministerio de Economía. (1980d, Diciembre). Se creó la Asociación del Consumidor. *Orientación para el Consumidor*, 32, 3-7.
- Ministerio de Economía. (1980e, Agosto). A usted le interesa. *Orientación para el Consumidor*, 28, 9.
- Ministerio de Economía. (1981a). *Memoria 1976-1981* (Vol. 1). Buenos Aires: El Ministerio.
- Ministerio de Economía. (1981b). *Memoria 1976-1981* (Vol. 3 - 1). Buenos Aires: El Ministerio.
- Ministerio de Economía. (1981c). *Memoria 1976-1981* (Vol. 3 - 3). Buenos Aires: El Ministerio.
- Novaro, M., & Palermo, V. (2003). *La dictadura militar, 1976-1983: del golpe de estado a la restauración democrática* (1ra ed.). Buenos Aires: Paidós.
- Paz, P., Jozami, E., & Villarreal, J. (1985). *Crisis de la dictadura argentina: política económica y cambio social, 1976-1983*. México, D.F.: Siglo Veintiuno.
- Personalidad y trayectoria del nuevo mandatario. (1976, 27 de Marzo). *La Nación*, p. 1.
- Pucciarelli, A. R. (2004). *Empresarios, tecnócratas y militares: la trama corporativa de la última dictadura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Rhodes, S. (2006). *Social movements and free-market capitalism in Latin America: telecommunications privatization and the rise of consumer protest*. Albany: State University of New York Press.
- Riz, L. d. (1981). *Retorno y derrumbe* (1ra ed.). México: Folios Ediciones.
- Rose, N. (1992). Engineering the Human Soul: Analyzing Psychological Expertise. *Science in Context*, 5(2), 351-369.
- Schvarzer, J. (1983a). *Argentina, 1976-81: el endeudamiento externo como pivote de la especulación financiera*. Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones Sociales sobre el Estado y la Administración.
- Schvarzer, J. (1983b). *Martínez de Hoz: la lógica política de la política económica*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones Sociales sobre el Estado y la Administración.
- Scott, J. C. (1998). *Seeing like a state: how certain schemes to improve the human condition have failed*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Stillerman, J. (2004). Disciplined Workers and Avid Consumers: Neoliberal Policy and the Transformation of Work and Identity among Chilean Metalworkers. En P. Winn (Ed.), *Victims of the Chilean miracle: workers and neoliberalism in the Pinochet era, 1973-2002* (pp. 164-208). Durham: Duke University Press.
- Tilly, C. (1999). Power—Top Down and Bottom Up. *Journal of Political Philosophy*, 7, 330-352.
- Troncoso, O. (1984). *El proceso de reorganización nacional: cronología y documentación* (Vol. 1). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Túrolo, C. M. (1996). *De Isabel a Videla: los pliegues del poder*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Vázquez, E. (1985). *PRN, la última: origen, apogeo y caída de la dictadura militar*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Villarreal, J. (1985). Los hilos sociales del poder. En P. Paz, E. Jozami & J. Villarreal (Eds.), *Crisis de la dictadura argentina: política económica y cambio social, 1976-1983* (pp. 197-283). México: Siglo Veintiuno.
- Zelizer, V. A. R. (1997). *The social meaning of money*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.



> **tulio halperin donghi**

son memorias
el hombre y sus obras



> **oscar terán**

historia de las ideas en la Argentina
diez lecciones iniciales, 1810-1980
biblioteca básica de historia



> **adrián paenza**

matemática...¿estás ahí?
episodio 100
ciencia que ladra...



> **hilda sabato**

buenos aires en armas
la revolución de 1880
historia y cultura



biblioteca clásica de siglo veintiuno
nuevas ediciones
revisadas y corregidas



> **michel foucault**

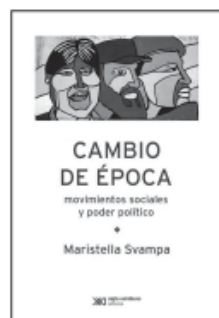
la arqueología del saber
las palabras y las cosas
una arqueología de las ciencias humanas
vigilar y castigar
nacimiento de la prisión



sociología y política
nueva serie pensar desde el sur

istván mézszáros

la educación más allá del capital



maristella svampa

cambio de época
movimientos sociales y poder político



siglo veintiuno
editores

Tucumán 1621 7º N / 5º I
(C1050AAG) Buenos Aires
Tel/Fax (54 11) 4373-8516

www.sigloxxieditores.com.ar