

# **POPULISMO Y CRISIS DE REPRESENTACIÓN EN BRASIL: EL CASO DE FERNANDO COLLOR DE MELLO (1990-1992).<sup>1</sup>**

*por Santiago C. Leiras*

Universidad de Buenos Aires y Universidad de Belgrano

## **RESUMEN**

Bajo el rótulo de populismo han sido caracterizados en su oportunidad la “inteligencia rusa” en tiempos del zarismo, los sectores radicales, pequeños propietarios rurales, en los tiempos de posguerra civil de la nación estadounidense. los más emblemáticos líderes de la segunda posguerra en nuestra región –Lázaro Cárdenas en México, Getulio Vargas en Brasil y Juan Domingo Perón en Argentina- y aquellos gobiernos que llevaron a cabo las reformas neoliberales en la década del ‘90 –en este caso como una nueva variante del “viejo” populismo- como Carlos Menem en Argentina, Alberto Fujimori en Perú, Carlos Salinas de Gortari en México, Carlos Andrés Pérez en Venezuela, Fernando Collor de Mello y Fernando Henrique Cardoso en Brasil entre otros. Abordaremos de entre todos aquellos precedentemente señalados el de Fernando Collor de Mello (1990-1992) en el Brasil debido a que, si bien todos ellos tendrían como común denominador constituir verdaderos liderazgos de ruptura en un contexto de crisis del estado, fragmentación y desestructuración social y crisis de representación y representatividad política, Collor de Mello constituyó quizás la expresión más contrastante en relación con las consecuencias del estilo (neo)populista de ejercicio del liderazgo político durante la década de 1990. En efecto, Fernando Collor de Mello, primer presidente surgido de elecciones directas en la historia de la nueva república brasileña, fue suspendido y luego destituido de su cargo como resultado de haber sido sometido a juicio político por parte del parlamento, promediando la mitad de su mandato presidencial en medio del más absoluto aislamiento político y pérdida de apoyo en la opinión pública, haciendo paradójicamente posible con su destitución la paulatina normalización política en Brasil.

## **PALABRAS CLAVE:**

Populismo – Neopopulismo – Brasil – Fernando Collor de Mello

## **KEY WORDS**

Populism –Neopopulism – Brazil – Fernando Collor de Mello

---

<sup>1</sup> Algunas reflexiones pueden ser consultadas en Leiras 2008, 2016

## Presentación

Parafraseando a Carlos Marx en su célebre obra *El Manifiesto Comunista*, publicada en el año 1848, un fantasma recorre el mundo global: el Populismo.

Bajo el rótulo de populismo han sido caracterizados en su oportunidad la “inteligencia rusa” en tiempos del zarismo, los sectores radicales, pequeños propietarios rurales, en los tiempos de posguerra civil de la nación estadounidense. los más emblemáticos líderes de la segunda posguerra en nuestra región –Lázaro Cárdenas en México, Getulio Vargas en Brasil y Juan Domingo Perón en Argentina- y aquellos gobiernos que llevaron a cabo las reformas neoliberales en la década del ‘90 –en este caso como una nueva variante del “viejo” populismo- como Carlos Menem en Argentina, Alberto Fujimori en Perú, Carlos Salinas de Gortari en México, Carlos Andrés Pérez en Venezuela, Fernando Collor de Mello y Fernando Henrique Cardoso en Brasil entre otros.

En años más recientes han sido definidos como populistas los gobiernos de América Latina emblemáticos del denominado “giro a la izquierda” en la última década, como así también los más diversos movimientos de carácter antieuropeo y xenófobo en la Unión Europea pudiendo ser destacados los casos de Jorg Haider en Austria, Jean Marie Le Pen y su hija Marine Le Pen en Francia y Mateo Salvini en Italia entre otros casos emblemáticos.

Durante los años ‘90, en el marco del consenso de Washington como propuesta programática de política pública y una nueva oleada de democratización<sup>2</sup> se produjo una discusión en torno del concepto de populismo intentándose esbozar una nueva definición de un determinado estilo de decisión<sup>3</sup> política bajo los siguientes atributos o propiedades:

- a) Innovación programática -o más bien trasgresión programática- respecto tanto del discurso como de aquellas prácticas políticas características de los populismos clásicos.
- b) La carencia de un discurso político movilizador, sin una definición de enemigos políticos, ni de una divisoria de aguas, encontrándose en muchos casos los enemigos fuera de la política. En forma congruente con las características del discurso

---

<sup>2</sup> Huntington, 1991.

<sup>3</sup> Entendemos la noción de estilo como un modelo de acción que se define no ya por sus cualidades esenciales y permanentes, sino por su carácter accidental, variable y contingente que lo hace especialmente adecuado para ciertos propósitos o fines determinados. Concebimos el concepto de estrategia como un modelo de acción que, sustentado en un determinado estilo, procura la obtención de un fin o propósito racionalmente perseguido y sopesado través de un conjunto de decisiones y expectativas acerca de la conducta del otro (Casares, 1992; Moliner, 1970).

precedentemente expuestas, el líder aparece como una figura protectora, como un personaje sin aristas y que evita el conflicto con sus interlocutores.

- c) La constitución de alianzas inauditas desde el punto de vista ideológico que da lugar a coaliciones pragmáticas y forzadas en relación con las transiciones ideológicas anteriores (AAVV, 2003; Calderón y Dos Santos, 1993; Cheresky, 1991; De La Torre, 2000a, 2000b, 2001a, 2001b; Gibson, 1997; Knight, 1998; Mackinnon y Petrone, 1998; Novaro, 1996; Roberts, 1998; Vilas, 2003; Weyland, 1996, 1999).

Abordaremos de entre todos aquellos precedentemente señalados el de Fernando Collor de Mello (1990-1992) en el Brasil debido a que, si bien todos ellos tendrían como común denominador constituir verdaderos liderazgos de ruptura en un contexto de crisis del estado, fragmentación y desestructuración social y crisis de representación y representatividad política, Collor de Mello constituyó quizás la expresión más contrastante en relación con las consecuencias del estilo (neo)populista de ejercicio del liderazgo político durante la década de 1990.

En efecto, Fernando Collor de Mello, primer presidente surgido de elecciones directas en la historia de la nueva república brasileña, fue suspendido y luego destituido de su cargo como resultado de haber sido sometido a juicio político por parte del parlamento, promediando la mitad de su mandato presidencial en medio del más absoluto aislamiento político y pérdida de apoyo en la opinión pública, haciendo paradójicamente posible con su destitución la paulatina normalización política en Brasil.

### **La crisis de representación política y el estilo neopopulista de Collor de Mello.**

Un componente central en la puesta en marcha del programa de reformas estructurales por parte de Fernando Collor de Mello ha sido el despliegue de un estilo (neo) populista de ejercicio de liderazgo político. Abordaremos a continuación dicha modalidad de liderazgo presidencial teniendo en consideración los atributos característicos del neopopulismo desarrollados en su oportunidad -innovación programática, carencia de un discurso político movilizador, constitución de alianzas inauditas desde el punto de vista ideológico-.

El carácter innovador o trasgresor en materia programática propio de los nuevos populismos no aparecía tan claramente de manifiesto en el caso particular de Collor de Mello, debido a que el mismo parecía ser la más fiel expresión política del tradicional conservadorismo populista brasileño.

Como sostuvimos en su oportunidad, el conservadorismo brasileño aparecía expresado en dos facetas claramente contrastantes: la primera más popular y usualmente más clientelística a menudo populista y personalista, la segunda más elitista y programática. Collor de Mello representaba en ese entonces la quintaesencia de ese popular, populista y clientelista conservadorismo con un discurso moralista orientado hacia los sectores de menor nivel educativo y de más bajos ingresos.

El carácter innovador se pondría de manifiesto fundamentalmente en el terreno de las prácticas políticas, dado que Collor de Mello intentaría ejercer el poder con un estilo ajeno a la tradición política brasileña con claro soporte en la opinión pública y sin un apoyo partidario definido más allá de su precaria estructura partidaria, el Partido de la Reconstrucción Nacional.

Así es como el candidato se presentaría a lo largo de toda la campaña electoral a sí mismo como un outsider en relación a la clase política y los partidos tradicionales, y finalizada la misma se consideró plebiscitado tras una campaña presidencial en la que desplegó en clave retórica populista banderas familiares en la región: una resonante promesa de acabar con la corrupción y los privilegios de la clase política y los grupos amparados por el estado.

Cabe preguntarse aquí sobre el punto de referencia intelectual o político del líder plebiscitado, debido a la escasa presencia de un componente de carácter plebiscitario y/o mesiánico como el que parecía emerger en la política brasileña con la llegada de Fernando Collor de Mello a la presidencia. De hecho, ese componente prácticamente nunca había ocupado el centro de la escena pública de manera tal de sobrepasar a todas las fuerzas políticas: la única oportunidad en la que efectivamente se produjo fue en ocasión del triunfo del candidato presidencial Janio Quadros en las elecciones presidenciales de 1960.

En este sentido Collor de Mello apareció como un émulo de Janio Quadros, a partir de las características de ambas personalidades: intemperividad, imprevisibilidad, gusto por lo exótico y por las cosas extravagantes fueron rasgos comunes a ambos líderes políticos. Así, mientras Collor de Mello se dedicaba a correr en *Jet-Sky* y hacer *Cooper* en pleno invierno en los jardines del Chateau D'Artigny, Janio Quadros comía sandwiches de mortadela en quioscos callejeros, se empolvaba con harina de trigo para simular caspa y metía la cabeza en una gorra de conductor de la Compañía Municipal de Transportes Colectivos (CMTC).

Más que las características de la personalidad, fueron las circunstancias de la coyuntura política que precisamente crearon la posibilidad de que personalidades mesiánicas desborden al conjunto de la política débilmente institucionalizada en Brasil (De Oliveira, 1992). La

contracara fue la elaboración de un discurso político movilizador, cuyo eje central era la arremetida contra el sistema político-partidario -precisamente su partido se denominó de manera emblemática Partido de la Renovación Nacional-, denunciando a los corruptos, las lacras sociales identificadas no desde el punto de vista de la desigualdad en la distribución de la renta, sino desde el punto de vista de la ineficiencia del estado.

Collor de Mello procuró distanciarse y diferenciarse de los políticos, rechazó el apoyo de las organizaciones empresariales, despreciándolas, tildándolas de elites ineptas y sin sensibilidad refiriéndose al jefe de la poderosa Federación de Industrias del estado de San Pablo (FIESP) como mafioso.

Se distanció igualmente de cualquier otro tipo de elite creando en torno o sobre él, el aura de un caballero andante contra todo y contra todos. Los empresarios simplemente eran avaros e incompetentes, pues sus empresas crecían a la sombra de favores estatales. Los políticos eran corruptos e ineptos, los sindicatos de trabajadores eran máquinas de corrupción al servicio de intereses personales y políticos.

De manera tal que, podemos afirmar que los enemigos identificados se encontraban tanto dentro como fuera de la política, aunque era alrededor del corazón de la crisis -cuyo aspecto más notorio era precisamente la incapacidad del estado-, que el candidato Collor movilizó la frustración y resentimiento de los sectores marginales de la sociedad brasileña, dado que la crisis estatal aparecía como el “corazón de la crisis”.

Para garantizar el apoyo de los sectores populares, en particular de aquellos no vinculados con la economía formal, en la lucha que prometió emprender contra los privilegiados, la movilización mediática y no política en el sentido tradicional fue un aspecto central de su estrategia política.

En efecto, en el caso particular de Fernando Collor de Mello la construcción simbólica de la imagen de un nordestino, cuyo destino político era paralelo al de aquellos inmigrantes que se dirigieron al sudeste del país, como así también la repercusión pública de su perfil glamoroso, de un deportista que realizaba las más diversas actividades deportivas, tuvieron sin duda un claro soporte en la cadena nacional TV Globo.

Todo ello tuvo un objetivo político cual fue la instalación de la imagen de un candidato que utilizando un lenguaje no-político y mostrando sus actividades políticas “privadas”, no era en realidad un representante tradicional de la clase política de Brasil y al mismo tiempo poseía

los atributos de liderazgo, coraje y decisión necesarios para hacer frente a los problemas del país.

Por cierto, que la televisión jugó un papel central en el debate desarrollado durante la campaña presidencial. Durante la primera vuelta electoral, el candidato Collor de Mello se rehusó a participar de los debates, evitando el desgaste innecesario que podía significar convertirse en centro del ataque de todos los adversarios teniendo en cuenta su liderazgo firme en las encuestas de opinión. La misma táctica había sido utilizada con éxito por Janio Quadros en la elección por la alcaldía de la ciudad de San Pablo en 1986. Esto le valió a Collor de Mello el sobrenombre de candidato biónico, dado que no tenía capacidad de argumentar en vivo con sus rivales.

Habiendo logrado la victoria en la primera vuelta electoral, mantuvo su palabra de debatir con su adversario. En el primer debate, los dos candidatos se enfrentaron y demostraron gran habilidad para la batalla retórica, lo que permitió desmentir la teoría de que Collor de Mello sería incapaz de exponer sus ideas dado que se mostró muy eficaz al igual que Lula Da Silva. Las encuestas de opinión mostraron al candidato del Partido de los Trabajadores como vencedor por escaso margen, hecho que hizo aumentar inicialmente su intención de voto amenazando el favoritismo de Collor de Mello (Marques de Melo, 1992).

En el intervalo entre el primer y el segundo debate se produjo una noticia que generó un gran impacto político: se conoció una entrevista a una ex-pareja de Lula Da Silva en la cual acusaba al candidato de incitarla a practicarse un aborto. Esto generó una polarización aún mayor de la existente dado que, por una parte, los electores de clase media repudiaban la actitud de Collor de Mello y su equipo de campaña por invadir aquello que consideraba como parte de la vida privada de su adversario como también el eventual soborno a la entrevistada, pero, por otra parte, los sectores populares se mostraron desconcertados ante la revelación y adoptaron una actitud de condena ante el gesto “anticristiano” de Lula Da Silva.

Esta táctica fue una de las armas decisivas de la parte final de la campaña electoral, en un clima ya sumamente radicalizado en el que ambos candidatos se lanzaban acusaciones recíprocas.

Ya en el segundo debate, Collor de Mello demostró mayor capacidad y convicción y mantuvo a Lula Da Silva a la defensiva, dejando este último la percepción de un candidato inmaduro y sin dotes de estadista. Esta percepción se vio reflejada en las encuestas de opinión

realizadas en forma posterior al debate televisivo otorgándole ventaja a Collor de Mello. La suerte quedaría echada luego del debate entre ambos candidatos.

Este desarrollo nos lleva a abordar un debate planteado luego de finalizada la campaña electoral en torno de la victoria de Fernando de Collor de Mello. ¿Se trató de una victoria anticipada o de una victoria conquistada? (Marques de Melo, 1992).

A partir de la hipótesis de la victoria anticipada, se planteaba que la complejidad de la transición brasileña a la democracia y la perspectiva de la victoria electoral de un candidato perteneciente a la izquierda, determinó una acción organizada de las élites conservadoras para lanzar un candidato en condiciones de derrotar a Lula da Silva o Leonel Brizola.

El mecanismo principal de despliegue de esa estrategia fue la Red O Globo de televisión, que domina las preferencias de los ciudadanos brasileños. La proyección de Collor de Mello y su ascenso en las encuestas electorales habría sido parte de la construcción de un escenario político a través de las telenovelas, los noticieros, las encuestas de opinión y los medios gráficos y electrónicos. Este escenario comenzó a ser construido en 1987, cuando Collor de Mello asumió la jefatura del gobierno de Alagoas, prosiguió durante el año 1988 y llegó a su clímax en 1989.

No obstante, también fue central el propio papel de los medios de comunicación, en especial la prensa y la televisión, en la difusión del *affaire* denominado *Collorgate* y que culminaría con la destitución del primer mandatario. Una vez que rodaron las declaraciones del hermano del presidente a través de una conocida revista, se sucedieron las notas periodísticas y el asunto no pudo sustraerse del ámbito público (Serrafero, 1996: 145).

Además, durante el período del *impeachment* contra el mandatario, la TV Globo lanzó una miniserie denominada *Anos Rebeldes*, que presentaba la historia de los jóvenes rebeldes que durante la década de 1960 optaron por lucha contra la dictadura militar a través de la formación de una organización guerrillera de carácter urbano.

La miniserie, aunque no tuvo un papel demasiado directo en la movilización popular que tuvo lugar durante el proceso de juicio político, si consagró las manifestaciones callejeras como una forma de expresión política de muchos jóvenes que a su vez comenzaron a identificarse con los personajes de la miniserie: los temas musicales de *Anos Rebeldes* y una diversidad de símbolos pasaron a ser utilizados extensivamente por los estudiantes en sus

manifestaciones a favor del *impeachment* del presidente Collor de Mello (Pérez Liñán, 2001; Porto, 2000).

Esto nos lleva a analizar la teoría de la victoria conquistada, fundada en la hipótesis que sostiene la existencia de límites al ejercicio del poder por parte de los medios de comunicación. Esta hipótesis fue desarrollada a partir de la siguiente evidencia:

- a) No prevaleció la tesis de que se vuelve favorito el candidato que ocupa mayor tiempo en los medios, de hecho, los candidatos de los hasta entonces partidos mayoritarios tuvieron mayor tiempo que Collor de Mello y Lula Da Silva durante la primera vuelta.
- b) Tampoco tuvo asidero la idea de que el resultado final está dado por la mayor disponibilidad de fondos y la producción más competente de los programas electorales, debido a que los partidos mayoritarios dispusieron de mayor cantidad de fondos y programas de mayor sofisticación durante la primera vuelta electoral.
- c) Tampoco tenía relación el tamaño de la audiencia de los programas electorales con el resultado en las urnas, teniendo en consideración la preferencia de los electores por la propaganda de Lula Da Silva, en particular por la parodia realizada en relación a Red O Globo.
- d) Respecto al papel de la Red Globo, se podía afirmar que “su candidato” y el equipo de campaña tuvieron sensibilidad política para percibir cuales eran las aspiraciones más simples de la mayoría de las personas, de allí entonces la existencia de numerosos puntos en común entre el contenido de su discurso y los mensajes de las telenovelas.

Podemos afirmar que el triunfo de Fernando Collor de Mello en las elecciones presidenciales de 1989 fue fiel representación de lo que hemos descrito como una victoria conquistada, hecha posible a través de la puesta en marcha de un estilo (neo) populista fundado en la puesta en marcha de prácticas políticas de carácter innovador, un discurso político movilizador y además una alianza ideológica de carácter inaudito que hizo posible esa victoria, aunque la misma no pudiera ser preservada luego por el mandatario durante su gestión presidencial.

Fernando Collor de Mello con su triunfo en la segunda vuelta logró construir una heterogénea coalición ideológica entre la izquierda y la derecha brasileña, al expresar las contradictorias demandas de orden y cambio presentes en la opinión pública de Brasil. De esa manera, no solo logró retener una muy importante cuota electoral de la derecha política, que lo visualizaba como el candidato del orden y el resguardo de la propiedad privada frente a la amenaza representada por la alternativa electoral de Lula da Silva, sino que también logra una



importante adhesión de sectores de centro e izquierda a través de su mensaje fundado en el cambio y su presentación como alguien ajeno al mundo de la política tradicional brasileña y que propone un nuevo contrato con los sectores más postergados de la sociedad.

Sin embargo, la puesta en marcha de su radical programa de transformación económica llevó a la ruptura de dicha “alianza ideológica”, dando lugar a un simultáneo rechazo tanto por parte de la derecha como así también por la izquierda. Un ejemplo muy significativo de ello se dio con el anuncio de las medidas de liberalización económica y el congelamiento masivo de las cuentas bancarias como parte de su estrategia de shock contra la hiperinflación.

La derecha manifestó su rechazo por el carácter “estatista” del congelamiento de los ahorros financieros, en lugar de expresar su apoyo a las medidas de liberalización económica, mientras que la izquierda podrá el acento en la crítica a la reforma del sector comercial en lugar de hacer lo propio con medidas que, como la expropiación de los recursos de sectores más concentrados de la economía, estarían más cerca de su ideario.

Todo ello llevó Fernando Collor de Mello al peor de los mundos posibles (Packenham, 1994) desde el punto de vista político. Esta situación quedó puesta de manifiesto en el momento más crítico de la gestión presidencial de Fernando Collor de Mello, su enjuiciamiento, suspensión destitución e inhabilitación para el ejercicio de cargos públicos a través del proceso de *impeachment* llevado a cabo entre los meses de septiembre y diciembre de 1992.

## **Bibliografía**

- AAVV (2003), *La región andina: entre los nuevos populismos y la movilización social*, Observatorio Andino de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Calderón F. y Dos Santos M. (1993), “La asincronía de los ciclos políticos y económicos en la reestructuración económica de América Latina “. Presentado en el I Congreso Nacional de Ciencia Política “*El malestar en la democracia* “. Sociedad Argentina de Análisis Político (SAAP), Huerta Grande, Córdoba, 4 al 7 de noviembre.
- Casares, J. (1992), *Diccionario ideológico de la lengua española*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Cheresky I. (1991), *Creencias políticas, partidos políticos y elecciones*, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani.
- De la Torre C. (1994), "Los significados ambiguos de los populismos latinoamericanos", En José Álvarez Junco y Ricardo González Leandri (Comps.), *El Populismo en España y América*, Madrid: Editorial Catriel.

- De la Torre C. (2000a), “Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia”, *Revista Ecuador Debate*, 49, 117-138.
- De la Torre C. (2000b), *Populist seduction in Latin America: the ecuatorian experience*, Ohio: Ohio University.
- De la Torre C. (2001a), “Redentores populistas en el neoliberalismo: nuevos y viejos populismos latinoamericanos”, *Revista española de Ciencia Política*, 4, 171-196.
- De la Torre C. (2001b), “Política y economía en los nuevos y viejos populismos”, *Revista Ecuador Debate*, 53, 73-86.
- De Oliveira F. (1992), “Fernando Collor de Mello. Perfil de un prestidigitador”, *Revista Nueva Sociedad*, 118, 99-108.
- Gibson E. (1997), “The populist road to market reform policy and electoral coalitions in Mexico and Argentina”, *Revista World Politics*, 49 (3), 339-370.
- Huntington S. (1991), *La tercera ola: la democratización a fines del siglo XX*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Knight A. (1998), "Populism and neopopulism in Latin America, especially Mexico", *Journal of Latin American Studies*, 30 (2), 223-248.
- Leiras S. (2008), *Nuevos liderazgos políticos en América Latina: Estilo populista, estrategia decisionista. Los casos de Carlos Menem (1989-1999) en Argentina y Fernando Collor de Mello (1990-1992) en Brasil*, Tesis Doctoral, Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Leiras S. (2016), “¿Qué esa cosa llamada populismo? *Anales*, XLII, 1-40.
- Marques de Melo J. (1992), “Eleições e meios de comunicação no Brasil. Análise do fenómeno Collor de Mello” Documento de Trabajo Número 56, Barcelona: Institut de Ciències Politiques i Socials.
- Mac Kinnon M.M. y Petrone M.A. (1998), "Los complejos de la cenicienta", En María Moira MacKinnon y Mario Alberto Petrone (Comps.), *Populismo y neopopulismo en América Latina: el problema de la cenicienta*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Moliner M. (1970), *Diccionario del uso del español*, Madrid: Editorial Gredos.
- Novaro M. (1996), “Los populismos latinoamericanos transfigurados”, *Revista Nueva Sociedad*, 144, 90-113.
- Packenham R. (1994), “The politics of economic liberalization: Argentina and Brazil in comparative perspective”, Documento de Trabajo Número 206, Hellen Kellogg Institute, Notre Dame: Universidad de Notre Dame.
- Pérez Liñán A. (2001), “Political opinion and executive accountability: the political economy of impeachment crises”, Presentado en el *Encuentro 2001 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos*, Washington, 6 y 7 de diciembre.
- Porto M.P. (2000), “Telenovelas, política e identidad nacional en Brasil”, *Revista Ecuador Debate*, 49, 205-234.
- Roberts K. (1998), "El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina: el caso peruano", En María Moira MacKinnon y Mario Alberto Petrone (Comps.), *Populismo y Neopopulismo en América Latina: el problema de la cenicienta*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Serrafiero M. (1996), "El impeachment en América Latina: Argentina, Brasil y Venezuela", *Revista de Estudios Políticos*, 92, 137-163.
- Vilas C. (2003), “¿Populismos reciclados o neoliberalismo a secas? El mito del neopopulismo latinoamericano”, En Autores Varios, *La región andina: entre los nuevos*

*populismos y la movilización social*, Observatorio Andino de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

- Weyland K. (1996), “Neopopulism and neoliberalism in Latin America: unexpected affinities”, *Studies in Comparative Development*, 31, 3-31.
- Weyland K. (1999), “Neoliberal populism in Latin America and Eastern Europe”, *Comparative Studies*, 31 (4), 379-401.