

“Comunicación y Política: Los medios y la creación del liderazgo político. Las experiencias de Menem en Argentina y Collor de Mello en Brasil. (1989-1992)”

María Victoria Vaccaro*

1. Introducción

Mucho se ha escrito e investigado acerca de los liderazgos de Carlos Menem en Argentina y Fernando Collor de Mello en Brasil y de la forma en que estos llevaron a cabo la reforma del Estado según pautas establecidas por el *Consenso de Washington*. Sin embargo, es preciso analizar con profundidad la relevancia que en estos años tuvieron ciertos sectores de poder que habrían posibilitado que las reformas neoliberales fueran exitosas en el caso de Menem, y que se frustraran en el intento de Collor. La importancia de esta trabajo, radica en la necesidad de desentrañar ciertos vínculos entablados por ambos mandatarios con los grupos de poder para volver este nuevo orden legítimo.

Mi propósito es examinar la actuación de estos líderes entre los años 1989 y 1992, y de qué manera forjarían su liderazgo con el fin de demostrar específicamente la relevancia que habrían tenido en este proceso los medios de comunicación y algunos de sus máximos exponentes, tanto durante las campañas electorales como una vez asumidos los cargos. A la vez, realizaré un estudio sobre la legislación referente a medios de comunicación en Argentina y Brasil para aportarle al análisis el peso determinante del “cuarto poder”.

Tanto Menem como Collor de Mello pretendieron insertar a sus países en el nuevo orden mundial, lo que implicaba poner fin definitivamente al modelo estatal hasta entonces vigente en mayor o menor medida en Argentina y Brasil. Estos nuevos líderes, aún cuando provenían de sectores completamente distintos, recurrieron a importantes medios de comunicación para llevar adelante sus campañas electorales. Una vez en el poder, se distinguen por lo siguiente: el entonces presidente Collor de Mello al cabo de dos años y seis meses de mandato pierde el respaldo que los medios le habrían brindado, siendo estos mismos parte de la oposición que lo lleva a dejar la presidencia del Brasil en 1992 en medio de denuncias de corrupción y tráfico de influencias. Por su parte, el ex presidente Menem no solo no parece haber perdido apoyo mediático sino que el mismo se habría visto reforzado a lo largo de su primer período presidencial a tal punto que muchas de las sospechas de corrupción y enriquecimiento ilícito que se le imputaban durante su gestión habrían sido minimizadas por importantes sectores de la prensa nacional. ¿Cómo se justifica el apoyo aportado a dichos líderes por parte de los medios? ¿Cuál fue la razón de la pérdida del mismo en el caso Collor? ¿Hubo concesiones por parte de Menem a los medios que justificaran prácticas dudosas? Para

* Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencia Política; Universidad de Buenos Aires..

esto, primero se realizará un repaso de los principales ejes del nuevo modelo estatal y de las formas en que fueron insertados en los países a analizar. A su vez, se explorarán las causas del triunfo del programa neoliberal en Argentina de la mano de Menem y el fracaso de la gestión Collor.

2. Algunas consideraciones previas

En el ocaso de la década del 80', un nuevo paradigma económico comienza a reinar en los países latinoamericanos. El nuevo orden, imperante ya en naciones desarrolladas, revolucionaba las funciones del Estado y, en consecuencia, a la sociedad en su conjunto. Robert Packenham¹ explora las posibles causas de su implementación en América Latina, y las distintas formas en que éste se impuso en la región. Para profundizar en el estudio de los estilos, alianzas y apoyos de cada líder en particular, en sus logros, fracasos y capacidades, se seguirán las líneas conceptuales de Bosoer y Leiras en el caso Argentino, y las de Osvaldo Iazzetta en el de Brasil. Para analizar comparativamente los casos de Argentina y Brasil, Packenham utiliza cuatro hipótesis que explican los contrastes de la administración Menem y Collor, que responden a la necesidad de comprender el por qué de las variaciones de tiempo y logros en cada caso. Estas hipótesis servirán de base para este artículo, que hará también hincapié en las capacidades técnicas y de gobierno de ambos mandatarios, utilizando categorías de Osvaldo Iazzetta. Se emplearán asimismo las nociones de *democracia delegativa* y de *accountability* aportadas por O'Donnell con la intención de comprender a estas nuevas poliarquías.

Una vez introducido el tema de los medios de comunicación, se aplicarán algunos recursos gramscianos que aportarán al entendimiento de la importancia de los mismos en el proceso de reforma del Estado, así como también criterios de comunicación política relativos a la función de los medios en la misma de los autores McCombs y Shaw. María Cristina Mata servirá al trabajo para ilustrar el panorama de las campañas llevadas a cabo por ambos líderes en los albores del decenio de 1990, junto con Eliseo Veron y Dominique Wolton que permitirán integrar conceptos de comunicación y política.

3. Instalando las nuevas ideas

La crisis financiera de los años 70' originó un profundo malestar general respecto a las capacidades de las instituciones estatales para resolver las demandas sociales. Las críticas más radicales al Estado interventor- benefactor que había reinado durante 40 años fueron planteadas por la perspectiva neoliberal conservadora. Tras el *Consenso de Washington*, en 1990, los

¹ En "The politics of economic liberalization: Argentina and Brazil in comparative perspective." Documento de Trabajo Número 206. Hellen Kellog Institute. Notre Dame. (1994)

organismos financieros internacionales diagnosticaron los errores del modelo anterior y propusieron la única solución posible: el retorno a las premisas del *laissez faire*, la contención del gasto público, la incitación al ahorro y la inversión privada, la drástica reducción de las demandas dirigidas al Estado y el establecimiento de una férrea disciplina social basada en la responsabilidad individual. La estrategia del nuevo modelo que se volvía hegemónica instaba a luchar contra la hipertrofia del aparato estatal reduciendo al mínimo sus funciones e igualando desarrollo a apertura económica irrestricta.

América Latina se vio obligada a aceptar tales recomendaciones en el marco de una aguda emergencia económica que siguió a la crisis de la deuda externa y la imperiosa necesidad de recibir ayuda financiera internacional.² Packenham suma a esta explicación del viraje hacia la liberalización otras dos posibles causas: La primera de ellas indica que siendo el nuevo paradigma una especie de *moda*, se va imponiendo en el mundo como teoría dominante. La segunda causa es el pragmatismo de los líderes latinoamericanos, que lleva a seguir este rumbo con la convicción de ser el único posible en vías de obtener buenos resultados económicos, caído ya el comunismo soviético.

La recuperación macroeconómica exigía el equilibrio de la balanza de pagos, el control del déficit fiscal, de la inflación y la necesidad de estabilizar del tipo de cambio. Estas políticas iban acompañadas por propuestas de ajuste estructural que pretendían modificar el papel del Estado en la economía, por lo que urgían a privatizar, desregular, abrir el comercio mas allá de las fronteras nacionales y liberalizar la economía.

Sin embargo, la reformulación del Estado comienza a aplicarse en Argentina durante el denominado “Proceso de Reorganización Nacional”, entre los años 1976 y 1983. Este régimen tomó el poder con un propósito básico: restituir a la Nación Argentina sus “*valores esenciales*”, “*erradicar la subversión y promover el desarrollo económico de la vida nacional.*”³ De esta manera, implantó en la sociedad un régimen del terror como herramienta para terminar con el “caos”. A la vez, comenzó el desmantelamiento de la industria nacional, la apertura económica y el achicamiento del Estado, ya que en su imaginario, un Estado grande era sinónimo de desorden, y el mercado era el lugar de la eficiencia. Así fue como el “Proceso” adquirió en sus comienzos un innegable respaldo internacional, ya que llegaba tanto para apalear los vicios del populismo y de la izquierda, como para insertar al país en *el mundo occidental y cristiano*. Durante este período comenzaron a instalarse con fuerza ciertas directrices neoliberales que hicieron eco en la sociedad civil, tentada por los “beneficios” de la *plata dulce* y el dólar barato. Junto a algunas empresas trasnacionales, crecieron grandes grupos empresarios locales, es decir el *stablishment* económico que en los 90’ apoyaría a Carlos Menem.

² Pablo Gerchunoff y Juan Carlos Torre; “La política de liberalización económica en la administración de Menem.”; Revista Desarrollo económico; vol. 36; N°143 (octubre- diciembre 1996); pág. 733.

En 1983 se convocó a elecciones libres. El gobierno militar dejó el poder y asumió la presidencia de la Nación ese año el radical Raúl Alfonsín. El legado era escalofriante, no sólo en materia de derechos humanos sino socioeconómica. El país se hallaba inmerso en una profunda crisis económica y financiera, producto de una pésima gestión y de una abultada deuda externa. La sociedad civil, por su parte, festejó el retorno a la democracia, que pronto sobrevino en desazón producto de la dificultad de un Estado malherido de satisfacer múltiples demandas. Para 1987, el gobierno dejó de lado las medidas que había implementado sin éxito y propuso un nuevo plan de reformas que contaba con el aval de los organismos internacionales de crédito. Dichas reformas procuraban conciliar la necesidad del ajuste del Estado con los intereses de los grandes empresarios. Esto sería acompañado por una política de privatización de empresas estatales y una drástica reducción del gasto público. Las iniciativas fueron encaradas por el entonces Ministro de Obras y Servicios Públicos, Roberto Terragno, quien proponía asociar a las empresas estatales capital privado nacional y extranjero. Estas ideas provocaron una tenaz reacción de sectores políticos, militares y sindicales. El peronismo, aprovechando su superioridad numérica en el Senado, conformó una férrea oposición que apelaba a los más claros argumentos de su doctrina, en defensa del papel del Estado en la economía, de la soberanía y del patrimonio nacional.

En medio de este clima febril los únicos que no abdicaban en contra de la privatización y lo manifestaban públicamente eran economistas, asesores financieros, periodistas y empresarios de los medios. Buscaban fundar estas ideas en el sentido común con el único fin de ser favorecidos en el reparto de la torta privatista, como se verá mas adelante. Esta particular performance de los medios se hizo mucho mas evidente en Brasil, donde la prensa desarrolló a partir de los 80' profundas manifestaciones a favor de la vuelta a la democracia y en repudio al aparato estatal. La campaña por las "*Diretas Já*" en 1984 representaba la intrínseca relación entre comunicación y política en defensa de intereses particulares y la capacidad de los medios para establecer entre la sociedad los temas de importancia.

En este país, fueron los medios quienes erigieron las ideas neoliberales como solución de todos los males, razón por la cual en 1989 apoyaron incondicionalmente la mediática campaña política del liberal Collor de Mello. Cabe señalar que el proceso de privatizaciones había sido impulsado por gobiernos anteriores y por la agencia tecnoburocrática estatal (BNDES), por motivos más "prácticos" que ideológicos, pero sin la voluntad política que le añadió Collor.⁴ Así lo expresa el periodista Emiliano José: "*La ideología neoliberal que es asumida por los periodistas, o por la mayoría de ellos, se expresa bajo varios aspectos, pero cabe destacar la aversión al Estado y el elogio de la iniciativa privada. La demonización de lo*

³ Documentos Básicos del Proceso de Reorganización Nacional; Bs. As.; 1979. Págs. 5-6.

⁴ Osvaldo Iazzetta; "Capacidades técnicas y de gobierno en las privatizaciones de Menem y Collor de Mello"; Revista *Desarrollo Económico*; Vol. 37; N°146; 1997. Pág. 266.

*que es estatal, la sacralización del mercado. Parece que todo lo que es estatal es ineficiente, parasitario, sombrío y corrupto. Y que el reino de la iniciativa privada lo es de la eficiencia, de la productividad, de la transparencia, de la mejoría de servicios”*⁵. McCombs y Shaw⁶ plantean que los medios, en la construcción del espacio público, no sólo informan sino que además provocan que el público que recibe la información aprenda de ellos cuánta importancia debe otorgarle a una cuestión o un tema, gracias al énfasis que los mismos medios le otorgan. En este sentido, los medios determinan temas de importancia y relevancia; en otros términos, establecen la “agenda” pública.

4. Mediatización de la política

En 1988 Carlos Menem en Argentina y Fernando Collor de Mello en Brasil emprendieron sus campañas electorales con una característica singular: la apelación constante a los medios de comunicación masiva y, en consecuencia, al contacto directo con la sociedad. Esto es producto de la importancia adquirida por los medios en la construcción de imaginarios sociales y de su ascenso definitivo durante fines del 80’ y principios de los 90’, como factor de poder y legitimidad social. Eran los únicos bastiones de credibilidad que habían quedado impunes a las represalias que la sociedad había impuesto sobre las instituciones estatales y partidarias, de ahí su peculiar importancia para lograr consenso a las políticas reformistas.

Ambos líderes inauguraron plenamente la era de la *videopolítica*, una nueva forma de hacer política por la cual bastaba con responder sin límites a entrevistas radiales o asistir a populares programas de televisión para dar a conocer sus opiniones sobre los más diversos temas, recibir y procesar las demandas sociales. A propósito de esta cuestión, María Cristina Mata⁷ plantea que: “Se alude repetidas veces al “eclipse” de lo político, a su “desventura” en el marco de una nueva cultura, la mediática, que organizada en torno a dispositivos tecnológicos, informativos y a canales de naturaleza masiva y creciente ubicuidad, actúa *sobre las prácticas políticas que se constituyeron en marcos sociales sustentados en otras tradiciones intelectuales y que durante siglos mantuvieron algunas continuidades*”

Menem lanzó su contienda electoral con la responsabilidad de hacer del peronismo un partido unificado en torno a su persona, capaz de superar sus escisiones internas y de sacar al país de su larga agonía. Su estrategia fusionaba las más antiguas herramientas populistas - la confianza en el líder como conductor de la Nación, las invocaciones contra la clase política tradicional, y el pragmatismo peronista que le permitió alinearse con distintos sectores - con

⁵ Véase Emiliano José; “La prensa brasileña y el neoliberalismo”; 2002; en <http://www.emilianojose.com.br/artigos.php?ID=17>

⁶Véase Maxwell McCombs y Donald Shaw; “¿Qué agenda cumple la prensa?”; en Doris Graber (comp.): El poder de los medios en la política; Grupo Editor Latinoamericano; Bs.As; 1986.

vastas innovaciones a la hora de captar al electorado peronista y a la opinión pública en general. Señala Eliseo Verón⁸ que en todo discurso político debe interpelarse un *prodestinatario* (el destinatario positivo) y un *paradestinatario* que incluye al destinatario independiente e indeciso, en la medida que no se pueda confiar en ganar una elección movilizándolo tan sólo a una identidad política dada. Menem logró hablarle al conjunto de los argentinos, reemplazando los clásicos “*compañeros peronistas*” y “*trabajadores*” por “*hermanos y hermanas de mi patria*” o “*a todos los argentinos sin distinciones*”⁹. Lo mismo cuenta para Collor, quien pudo asegurarse el apoyo tanto de los sectores empresariales y más poderosos de Brasil como de los “*descamisados*”, que veían en su persona al “*héroe solitario que restauraría la justicia*”.¹⁰

El argentino inauguró también una forma de movilización política en la que el movilizándolo era él mismo. A bordo del *menemóvil* el candidato recorría la ciudad, inspirado en el papa Juan Pablo II, dialogando con la gente cara a cara, sin mediaciones y bien alejado de los tradicionales ritos políticos. A la vez, lo mismo hizo Collor, participó de todo tipo de programas de T.V y de radio, llevando su mensaje a la sociedad entera. Esto hace que, como observa Mata, en la actividad política se produzca un desplazamiento de *la plaza a la platea*. Lo que tradicionalmente era el lugar del intercambio político directo - *la plaza* -, como reconocimiento de la mediación y la confrontación de intereses y el actuar colectivo, pasa a ser desplazado por *la platea* como espacio público y privado al mismo tiempo. Esta *platea* es *pública* en tanto permite acceder a un espacio común de representación, y es *privada* en tanto lugar de la contemplación, de la recepción.

El público brasileño, sobrepasado por las promesas incumplidas de la “Nova República” inaugurada por Sarney y desencantado de la cultura política tradicional, accedió a este espacio por medio de una incesante campaña mediática que postulaba al candidato del PRN como un nuevo tipo de político, un *outsider*, alejado de los vicios de la clase política. Pese a que correspondía a la vieja cultura, ya que había sido alcalde de Maceió, luego diputado federal por Alagoas y más tarde gobernador del mismo estado, consiguió despegar su figura del desprestigiado mundo político brasileño. Carlos Menem, si bien pertenecía a un partido enérgicamente arraigado en la sociedad argentina, generó algo similar debido a su estrategia de campaña y a que venía de la provincia de La Rioja, hecho que lo apartaba de la menoscabada dirigencia. Ambos recurrieron a estos métodos para desligarse de la desconfianza que

⁷ Véase María Cristina Mata; “Entre la Plaza y la Platea”; Documento de Cátedra Del Coto; Semiótica 2; Ciencias de la comunicación; UBA. Pág. 63.

⁸ Eliseo Verón en “La palabra adversativa”; Documento de Cátedra Del Coto; Semiótica 2; Ciencias de la comunicación; UBA.

⁹ En una entrevista televisiva realizada a Carlos Menem por los periodistas Bernardo Neustadt y Mariano Grondona luego de las elecciones de 1989, Grondona manifiesta lo siguiente: “Yo le decía recién a Bernardo y le decía al público ayer cuando usted habló desde La Rioja, que yo como no peronista sentía que también se dirigía a mí. Y eso se lo agradezco.”

¹⁰ Osvaldo Iazzetta; La reciente crisis política brasileña: ¿Nuevas señales para repensar la esfera pública política de la región”; Revista *Estudios Sociales*; N°5; 1995. Pág. 55.

despertaban los políticos y los partidos en sus respectivos países. Los candidatos fortalecían su imagen de *salvadores*, apelando al caos y a la corrupción generalizada, entablando a través de los medios una relación directa con la masa que permite definirlos como líderes *neopopulistas*.

Llegado de la T.V, pues su familia era dueña del mayor grupo multimedia de Alagoas, el joven empresario Collor de Mello se impuso por sus ansias, su fama y por una impresionante operación de marketing electoral que recicló por completo su imagen. Se dio a conocer en la portada de la revista *Veja* que lo calificó como “*El Cazador de maharajah*”. Sectores políticos conservadores y un poderoso círculo empresarial financiaron la campaña y patrocinaron al candidato “modernizador” en la lucha contra su contrincante, Luiz Inacio Lula Da Silva, exponente de la izquierda. Los medios de comunicación dieron sin duda apoyo incondicional a Collor, hecho que se adjudica en especial a la Rede Globo¹¹: “*O Globo trató tan favorablemente a Collor durante su campaña, que el propio Marinho – dueño de la red- se encargó de editar el último debate televisivo con Lula Da Silva. No sólo quitó pasajes en los que Collor salía deslucido, sino también los dos tramos en que Lula lo avasallaba claramente*”¹² El episodio, sumado a una grave denuncia del PRN contra Lula que también tomó estado público junto con otras estrategias orientadas a deteriorar su imagen, colocó a Collor en una posición muy favorable en las encuestas y en el posterior desenlace electoral.

María Cristina Mata y Dominique Wolton, coinciden en llamar a este proceso *Mediatización de la Política*. Este concepto se presta tanto para aludir a la centralidad que adquieren los medios masivos en el conjunto de las prácticas políticas como a su influencia específica en los resultados electorales. En términos globales, “*por mediatización de la política se entiende el proceso en y por el cual los medios de comunicación masivos –preferentemente los que emplean tecnología audiovisual e informática- imponen crecientemente su lógica en la construcción de la realidad política.*” La mediatización de la política supone que los medios pasan a ser mediadores entre los espacios clásicos de la política (el gobierno, el parlamento, los partidos) y la ciudadanía, que en este proceso de mediatización se transforma en público.

Esta eventual sustitución permite integrar la lógica del marketing político, ya que la construcción de consensos y adhesiones pasa a estar relacionada más con lo afectivo- emocional que con la racionalidad. Esto se debe a que en esta construcción del espacio público realizada por los medios se genera una *espectacularización* de la política, más ligada con el espectáculo televisivo que con la política tradicional, teniendo los políticos que ajustar sus discursos a este nuevo escenario. En las campañas presidenciales de Brasil en 1989, en tanto que se iba polarizando la contienda entre Collor, exponente de la derecha, y Lula, de la izquierda, debutó

¹¹ Collor mantenía fuertes vínculos con el grupo Globo desde 1978, cuando llegó a ser presidente del imperio regional de medios de comunicación propiedad de su padre - Organización Arnon de Mello-, el mayor grupo multimedia de Alagoas, que controla el principal periódico del Estado (A Gazeta de Alagoas), trece emisoras de radio y la TV Gazeta, afiliada a la cadena Globo TV.

¹² Julio Ramos. Op. cit.; pág. 242. El debate fue realizado en el programa *Jornal Nacional* de la Rede.

el *horario electoral gratuito*, que la ley brasileña concede a todos los candidatos en campaña, en el que cada uno exponía su plataforma. Mientras Collor disfrutaba de la aprobación de Globo, Lula disparó con la “*Rede Povo*” - parodia estético-crítica de Rede Globo – que funcionó como contrapunto político e ideológico de las concepciones colloridas, y que también actualizó el formato de la política en nuevas configuraciones ideológicas y mediáticas.¹³

5. Los líderes en el poder

Tanto Argentina como Brasil se hallaban sumergidos en graves crisis económicas y sociales que las gestiones de Alfonsín y Sarney no habían conseguido disipar. Esta situación produjo un profundo descreimiento por parte de dos sociedades golpeadas y fracturadas a su interior. Menem y Collor supieron aprovechar la coyuntura para imponerse como líderes natos. Para esto apostaron con éxito al recurso mediático que les dio una popularidad inédita a la vez que establecía las ideas neoliberales. La opinión pública aceptó de inmediato sus discursos y los tomó como propios. Sobre tan sólida base de legitimidad, arriban a la jefatura de sus países con el consenso activo de la población.

5.a. El gobierno de Menem

El 14 de mayo del 89' las elecciones nacionales dieron como ganadora a la fórmula justicialista Menem- Duhalde por un 47% de los votos, muy por encima de su contrincante radical. El peronismo se impuso en casi todas las provincias, alcanzando mayoría propia en el Senado. Si bien el traspaso estaba decidido para el 10 de diciembre de ese año, el deterioro económico y la conmoción social hicieron que Menem asumiera en funciones cinco meses antes. En tal estado, la necesidad de orden público y estabilidad era tan imperiosa que cualquier camino a seguir sería tolerado en pos de mantener el sistema democrático con vida.

En la campaña electoral Menem había prometido “salariozo” y “revolución productiva”, alejándose del discurso neoliberal de Angeloz, pero ya desde 1988 comenzaba a codearse con varias figuras del *stablishment* para discutir lineamientos de la futura política económica. Sin embargo, sostienen Palermo y Novaro¹⁴, esto no habilitaba a prever la profundidad del giro planteado por Menem al llegar al poder, pero permitía descubrir el pragmatismo y la decisión del líder a la hora de adecuarse a los requerimientos que la coyuntura exigía. También fueron llamativas las declaraciones que el candidato hacía respecto del futuro del país. Los autores

¹³ Antonio Albino Rubim y Leandro Colling. Documento inédito que amplía el estudio realizado por los autores en “Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura.” En *Diálogos de la Comunicación*; Lima; 2004. Pág. 10.

¹⁴ Vicente Palermo y Marcos Novaro en “Política y Poder en el gobierno de Menem”; FLACSO; Editorial Norma; Bs. As. 1996.

hacen referencia a las constantes contradicciones y ambigüedades de Menem en sus discursos pre electorales, en los cuales por ejemplo se manifestaba alternativamente favor de cumplir los compromisos con los organismos de crédito y no pagar la deuda externa, negociar la soberanía de Malvinas y expropiar propiedades británicas, privatizar las empresas públicas y oponerse a la enajenación del patrimonio nacional denunciando a Angeloz, todo lo cual vislumbraba una clara estrategia de cooptación del público en general, transmitiendo espontaneidad y transparencia frente a la hipocresía que caracterizaba a los políticos.

A pesar de estas idas y vueltas, llamó mucho la atención la conformación de su primer gabinete, en el que se agrupaban conocidos dirigentes del justicialismo como Ítalo Luder en el Ministerio de Defensa, Eduardo Bauzá en Interior, Julio Corza en Salud y Acción Social, el economista de la Fundación Mediterránea Domingo Cavallo en Exterior, el juez que había participado del juzgamiento a las Juntas de la dictadura León Arslanian en Justicia, el sindicalista Jorge Triaca en Trabajo, el midista Antonio Salonia en Educación, Roberto Dromi en Obras Públicas, y el directivo de la empresa transnacional Bunge y Born, Miguel Angel Roig al frente de Economía. Esta última designación anticipaba el rumbo liberal de las recetas a implementarse, junto con el nombramiento del ucedéista Alberto Albamonte al frente de la Secretaría de Comercio Exterior y del liberal Álvaro Alsogaray como asesor presidencial. Si bien el nuevo gabinete se mostraba decidido a entablar lazos con el establishment económico, este último no estaba tan seguro de la veracidad del incipiente impulso liberal del presidente. Comenzó así su mandato, con la creciente necesidad de demostrarle al mundo su convicción reformista y su compromiso con la economía *popular* de mercado; “*Estamos frente a un cambio de cultura, porque es un cambio de estilo de vida. Estamos constituyendo un nuevo país y nuestra herramienta básica es la Reforma del Estado. Si no lo hacemos nosotros, ¿quiénes?. Si no ahora, ¿cuándo?*”¹⁵ Pero la frutilla del postre llegó con la asunción de Guido Di Tella en Exterior, donde comenzó la etapa de “*relaciones carnales*” con el gigante del norte, y el traspaso de Cavallo a Economía, Ley de Convertibilidad en mano.

Menem se presentaba a sí mismo como *el elegido* para llevar a cabo una profunda conversión que escapaba de las ideologías y dejaba de lado el pasado: “*Las ideologías ceden espacio al espíritu pragmático que agiliza las transformaciones. La única verdad es la realidad. Las ideologías no pueden estar jamás por encima de los intereses de la patria.*”¹⁶ En este marco lanzaba el primer paquete de medidas que empezaban a establecer el nuevo modelo estatal: la Ley 23.696 de “Reforma del Estado y Reestructuración de empresas públicas” que declaró la necesidad de privatizar una extensa lista de empresas del Estado, y la 23.697 de “Emergencia Económica” que suspendía todo tipo de subsidios, privilegios y regímenes de promoción,

¹⁵Carlos Menem y Roberto Dromi; “Reforma del Estado y Transformación Nacional”; Ed. Ciencias de la administración S.R.L; Bs. As.; 1990; pág. 17.

¹⁶ Carlos Menem y Roberto Dromi; op. cit.; pág. 23.

autorizando también el despido de empleados estatales. Dichas leyes otorgaron el Ejecutivo la facultad de legislar por decreto “salteando” los obstáculos de un Congreso “demasiado lento” en la toma de decisiones. Llegaba entonces el turno de ajustar a su medida a la Corte Suprema de Justicia: en abril del 90’ se ampliaron de cinco a nueve sus miembros, ejerciendo el Ejecutivo un control sobre el tribunal que le permitió actuar expeditivamente y sin frenos. De esta manera, el líder fue perfilando un estilo *neodecisionista* de gobierno que según Bosoer y Leiras¹⁷ “*se corresponde con una forma de democracia “delegativa” y reinterpreta el principio republicano de la división de poderes ... como “división de funciones” de un mismo y único poder estatal.*” Por medio del decreto, el veto total y el parcial¹⁸ y el control de la Corte, Menem fue desarrollando su estrategia de reforma del aparato estatal a gusto de sectores del mundo de los negocios y de actores internacionales, debilitando los mecanismos formales de accountability. Esto se inscribe bajo los menesteres de gobernabilidad, ajuste estructural e inserción de Argentina en el derrotero global.

Habiendo controlado su desorientado partido, que ahora lo postulaba como su primer jefe “pos Perón”, debilitada la oposición radical y con la UCeDé aliada en su contienda, Menem se ocupó de animar la fractura de la CGT y de debilitar la burocracia estatal. Tal era el ansia de poder del mandatario, que durante sus primeros meses de gobierno acudió a gestos insólitos para regodearse de apoyos de todo tipo. Ejemplos de esto fueron el abrazo con el “ultragorilista” almirante Rojas y el indulto a los militares procesados o condenados en el marco de una supuesta “reconciliación nacional” que incluyó asimismo la repatriación de los restos de Juan Manuel de Rosas. Este acto fue asumido por el equipo presidencial como un triunfo más para la *revolución conservadora* encarada por Menem. Otro de los pivotes de su gobierno fue la Iglesia, encarnada en la figura del cardenal Antonio Quarracino, arzobispo de Buenos Aires, quien moderó a los sectores opositores mientras que Menem lo acompañaba en la defensa de posiciones tradicionales como el rechazo al aborto, además de conceder a la Iglesia Católica, - decreto 858/90-, la posibilidad de instalar más de cien emisoras de radio en todo el país.

Llegados a este tramo, solo falta examinar lo que ocurría con la opinión pública y los medios de comunicación. El punto más álgido que los intelectuales orgánicos del menemismo debían tratar era justamente el de la creación de una *nueva hegemonía*. Bosoer y Leiras¹⁹

¹⁷ Fabián Bosoer y Santiago Leiras en “Los fundamentos filosófico-políticos del decisionismo presidencial en la Argentina, 1989-1999: ¿Una nueva matriz ideológica para la democracia argentina?”; en Julio Pinto (comp.) Argentina entre dos siglos: la política que viene.; Editorial Universidad de Buenos Aires; Bs. As.; 2001; pág. 82.

¹⁸ Entre julio de 1989 y agosto de 1994, Menem dictó 336 decretos de necesidad y urgencia, y hasta el mismo año practicó 70 vetos totales y 38 parciales. Véase Delia Ferreira Rubio y Matteo Goretti; “Cuando el presidente gobierna solo: Menem y los decretos de necesidad y urgencia hasta la reforma constitucional (Julio 1989-Agosto 1994)”; Revista Desarrollo económico; Vol. 36; N°141; Bs. As.; 1996. Pág. 451. Véase también Vicente Palermo y Marcos Novaro; op.cit. pág. 261.

¹⁹ Fabián Bosoer y Santiago Leiras; en “Los fundamentos filosófico-políticos del decisionismo presidencial en la Argentina, 1989-1999: ¿Una nueva matriz ideológica para la democracia argentina?”;

describen en detalle la nueva matriz ideológica desde la que operó el menemismo en su pretensión de aportar a la ya indiscutible legitimidad democrática del presidente un principio de legitimación *cultural*. En este proceso se revela al *caudillo* como *restaurador* y *revolucionario* a la vez, que viene a romper definitivamente con el pasado, en el “*marco de la doble transición del autoritarismo a la democracia y del estatismo económico a políticas de libre mercado, desregulación y activa adaptación a los ritmos impuestos por el proceso de globalización capitalista.*”²⁰ De aquí se desprende la recurrente mediatización de la figura presidencial y su particular imagen, suerte de personalidad fuerte y decidida, líder neopopulista y “hombre light”²¹ que inserta a la Argentina en la *cultura del instante*, la lógica del consumo y el despilfarro más rococó que barroco. Por eso Pakenham²² insiste en no dejar de prestar atención a ciertos aspectos del estilo del presidente que son en realidad poderosos símbolos con consecuencias políticas – acumular poder, producir consenso y enfrentar conflictos -. Entre éstos figuran sus glamorosas amistadas, muchas del mundo del espectáculo, sus romances luego del divorcio, su vestuario “informal”, camperas de cuero y zapatillas último modelo, o un regalo que casi no fue devuelto, la Ferrari Testarrosa. El mandatario se convirtió en un personaje más de la farándula criolla, asistiendo tanto a programas de T.V como a megafiestas de la noche porteña. Pasó asimismo a integrar la “prestigiosa” lista de “Personajes del año” de la revista *Gente*, franco baluarte oficialista, cuyo propietario era su amigo Constancio Vigil.

De esta manera se fue creando en el imaginario colectivo la convicción de estar inmersos en el “primer mundo”, mas cerca de la sociedad norteamericana que de las vecinas latinoamericanas, del lujo y de los viajes por el mundo. Los medios de comunicación, claramente favorecidos con las reformas, y varios de sus exponentes, fueron los responsables, como factores de credulidad social, de transmitir a la sociedad las nuevas pautas, en consonancia con lo que el rito menemista manifestaba, logrando instalar en la agenda pública las bondades de la reforma. Durante los primeros meses de gestión, la popularidad de Menem se ubicó entre el 60 y el 80%, cayendo a niveles más bajos a fines del 89’ y del 90’, pero luego de los momentos de crisis subió hasta colocarse en un medio de entre el 40 y 60% de adhesión. La relación entrañada entre el presidente, la opinión pública y los medios se cristalizó con nitidez en la “Plaza del Sí” en abril del 90’ cuando, convocados por sectores del gobierno y figuras de

en Julio Pinto (comp.) *Argentina entre dos siglos: la política que viene.*; Editorial Universidad de Buenos Aires; Bs. As; 2001.

²⁰ Fabián Bosoer y Santiago Leiras; op.cit.; pág. 45.

²¹ Enrique Rojas; *El hombre light*; Ed. Booket; 2004.

²² Robert Pakenham en en “The politics of economic liberalization: Argentina and Brazil in comparative perspective.” Documento de Trabajo Número 206. Hellen Kellog Institute. Notre Dame; 1994. Pág. 9.

los medios²³, muchos argentinos de diferentes estamentos se concentraron en Plaza de Mayo expresando su apoyo al camino seguido por el presidente.

5.b. La experiencia de Collor

Collor de Mello ganó las elecciones del Brasil en diciembre de 1989, luego de vencer en segunda vuelta al candidato del PT Lula Da Silva por el 53% de los votos. Lo distintivo de esta elección, las primeras en las que se permitía el voto a los analfabetos, fue la polarización que se produjo en torno a dos candidatos que carecían de una sólida estructura partidaria, en un escenario electoral ambientado por los medios de comunicación. Por otro lado, se elegía presidente de la república separado de las elecciones de carácter local como gobernadores o diputados. El carácter de “solteiras” de las mismas, hizo que sólo se trataran en la agenda de campaña de los candidatos temas de interés nacional, que envolvían a la sociedad en su conjunto. Collor supo aprovechar este hecho de una manera sobresaliente, centrando su campaña en la denuncia a los “marajás” de la administración pública, la promesa de terminar con la corrupción gubernamental y la hiperinflación que azotaba el país con un discurso liberal modernizante que captó la atención de todos los sectores sociales, desde la derecha antiestatista hasta los sectores populares y la clase media. Collor consiguió ampliar su prédica a todos los estratos sin distinción, atrapando al volátil electorado brasileño.

Las cuestiones que Collor puso sobre el tapete durante su campaña habían sido implantadas en la sociedad previamente por los medios de comunicación: “*Los medios, a través de noticieros y otros programas de gran audiencia como las telenovelas, agendaron temas que se tornaron centrales en la elección, como aquellos referidos a la descalificación de los políticos, del Estado y de los funcionarios públicos, emblemáticamente simbolizados como “marajás”, omnipresentes y avasalladores en esa época*”.²⁴ Por esta razón, tal respaldo al candidato del PRN, al que llegaron a denominar “fenómeno Collor”, y la amplia receptividad que tuvieron sus decisiones entre el público.

Al asumir en su cargo, el 15 de marzo del 90’, el presidente electo llegó a acuerdos con cinco fuerzas parlamentarias: el PFL, el PDS, el Partido Laborista Brasileño (PTB), el Partido Demócrata Cristiano (PDC) y el Partido Liberal (PL), conformando una mayoría pro gubernamental de neta impronta derechista. Sin embargo, durante sus primeros meses de gestión gobernó prescindiendo del Congreso mediante el uso de Medidas Provisorias,

²³ Entre estos se encontraban el periodista Bernardo Neustadt; el dueño del diario *Ámbito Financiero* Julio Ramos; Constancio Vigil del Grupo Atlántida; y Gerardo Sofovich, quien luego sería designado interventor de ATC, entre otros.

²⁴ Antonio Albino Rubim y Leandro Colling. Documento inédito que amplía el estudio realizado por los autores en “Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura.” En *Diálogos de la Comunicación*; Lima; 2004. Pág. 10.

herramienta creada por la Constitución del 88'²⁵, en una actitud petulante fruto de la relación directa que había construido con las masas. Este tipo de democracia se inscribe dentro de lo que O'Donnell denomina *democracia delegativa*, una democracia con instituciones débiles, en la que el poder está personalizado en un presidente que gobierna despóticamente.

Ante la emergencia económica, Collor anunció un “plan de choque” diseñado para “matar de un solo tiro” a la inflación, que implicó comprimir la demanda de bienes mediante la confiscación por 18 meses de los depósitos de ahorro de particulares y empresas por encima de los 50.000 cruzados, la congelación temporal de precios y salarios y el incremento de las tarifas de los servicios públicos. Se restableció el cruzeiro como divisa nacional en sustitución del cruzado creado por Sarney, con un valor de canje de uno por uno mientras durara el período de retención de activos. Simultáneamente se puso en marcha la reestructuración económica y administrativa que significó la reducción el papel económico del Estado, el recorte de la burocracia y el fomento de la economía de libre mercado. Uno de los pilares fue el Programa Nacional de Desestatización, dirigido a transferir empresas estatales al sector privado. En este marco se concretó la privatización de la poderosa empresa siderúrgica USIMINAS, a partir de la cual se privatizaron durante la gestión 18 empresas estatales más.

Iazzetta²⁶ asegura que el mismo día que asumió, Collor dispuso mediante la Medida Provisoria 151 la extinción de 24 autarquías, fundaciones y sociedades de economía mixta, lo que significó el despido de 14.500 empleados públicos. Todas estas medidas de ajuste buscaban aumentar los ingresos del Estado, ya que Collor estaba decidido a cumplir con los compromisos financieros asumidos con los acreedores internacionales, colocando a Brasil en la corriente de desregulación y liberalización económica que pisaba con fuerza en todo el continente.

Sin embargo, el plan de estabilización fracasó clamorosamente en su propósito de luchar contra la hiperinflación. En diciembre, los precios presentaron un crecimiento acumulado del 1.657%, mientras que las súbitas caídas del consumo y la inversión por la intervención financiera del gobierno aparejaron una recesión del 3,3% del PBI para el conjunto de 1990, cuando 1989 había registrado una tasa de crecimiento del 3,6%. Desde los comienzos de Collor, aproximadamente 7.500.000²⁷ trabajadores habían sido despedidos y la deuda externa había escalado a los 120.000 millones de dólares. El plan de Collor no sólo fue un rotundo desastre, sino que también sumió al Brasil en la peor coyuntura económica en décadas.

En las elecciones legislativas federales y estatales de octubre y noviembre de 1990, que produjeron un Congreso asombrosamente fraccionado, la coalición de partidos que sostenía al

²⁵ El artículo 62 de la constitución autoriza al presidente a adoptar Medidas Provisorias, con fuerza de ley, en casos de relevancia y urgencia. Estas deben ser sometidas de inmediato al Congreso o de lo contrario, en el plazo de 30 días pierden eficacia. En Osvaldo Iazzetta; “La reciente crisis política brasileña: ¿Nuevas señales para repensar la esfera pública política de la región”; Revista *Estudios Sociales*; N°5; 1995. Pág. 65.

²⁶ Véase Osvaldo Iazzetta; op.cit.; pág. 55.

²⁷ Osvaldo Iazzetta; op.cit.; pág. 59.

mandatario sumó una precaria mayoría de 245 diputados sobre 513 y perdió a manos de los partidos de izquierda los gobiernos de todos los estados con poder político o económico. El PRN, por su parte, no pasó del quinto lugar en el Congreso con 40 diputados y 4 senadores.

El 30 de enero de 1991, mientras la inflación seguía creciendo, Collor presentó un segundo plan de estabilización que fue acogido con desconfianza y resignación en Brasil, pero positivamente por los operadores financieros del exterior. La confianza en el país regresó también al FMI y el Club de París (formado por los países acreedores de deuda pública), que reanudaron las negociaciones con el gobierno.

La actitud de los agentes foráneos para con Collor contrastaba con la creciente dificultad para entenderse con los cabecillas partidistas locales. El carácter arrogante e impetuoso de este particular líder, poco hábil para los imprescindibles cabildeos de la política brasileña, tuvo mucho que ver con el fracaso de sus conversaciones con el PMDB y el Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB), que representaban el centro político, mientras que entre los demás partidos de derecha abundaba el nerviosismo y trascendían las dudas sobre la capacidad del presidente para gobernar el país. Así lo ilustra Iazzetta en el trabajo que se viene citando: *“El ‘narcisismo arrogante’ y la ‘omnipotencia’ no resultaron respuestas adecuadas para enfrentar el complejo cuadro político que Brasil presenta. La aptitud que había demostrado para conquistar votos no pareció acompañarse de igual lucidez para reconocer uno de los trazos más fuertes del sistema político brasileño actual.”*²⁸ En este país, la combinación de un presidencialismo con grandes prerrogativas, un pluripartidismo fragmentado e indisciplinado y un federalismo ineludible hace que la gobernabilidad sea muy engorrosa. Collor no supo manejar estas cuestiones ni forjar alianzas que le posibilitaran mantenerse en el poder.

6. Relaciones peligrosas

En la Argentina del “Proceso”, la censura y el control sobre los medios era moneda corriente. Los canales de televisión abierta 9, 11 y 13 - expropiados durante el último gobierno de Perón- y las emisoras del Servicio Oficial de Radiodifusión, eran administrados por el Estado, y fueron utilizados por el gobierno de facto para difundir mensajes pro gubernamentales. En el año 1980, la Junta Militar sancionó la Ley de Radiodifusión 22.285, vigente en la actualidad con leves modificaciones. La necesidad del gobierno de lograr el control ideológico de la sociedad, y el interés en las nuevas ideas económicas por parte de las asociaciones de medios, confirmaban su conexión.²⁹

²⁸ Osvaldo Iazzetta; op. cit.; pág. 58.

²⁹ Véase Diego Rossi; “Radiodifusión en la Argentina neoliberal. Informe de situación.(1989-1995)”; Documento de Cátedra Mastrini; Políticas y Planificación de la Comunicación; Ciencias de la Comunicación; UBA; 2004; pág. 5.

Algo similar ocurría en Brasil. Este país tampoco disfrutó de una vida democrática estable y duradera desde que en 1930 triunfó el golpe de Estado que llevó al poder a Getulio Vargas. Tras un impasse democrático, en 1964 los militares volvieron a tomar el poder con dos argumentos: “*alejar el peligro comunista*” y “*combatir la corrupción*”; y se quedarían en el mismo hasta 1985. Se ocuparon en un principio de expandir los poderes del Ejecutivo limitando al Congreso, aunque - a diferencia del argentino - éste no fue abolido. A su vez, buscaron fortalecer el desarrollo de la industria nacional con la intención de proyectar al Brasil como potencia mundial. Sin embargo, aquí inevitablemente coinciden las prácticas castristas argentino- brasileñas, el derecho a la información y la libertad de prensa también fueron coartados. Como relata el periodista Marcelo Beraba, Director editorial del periódico Folha de Sao Paulo en Río de Janeiro: en los 70’ “*Brasil aún vivía bajo una dictadura militar y los periódicos no podían hablar de la corrupción del gobierno. La prensa estaba amordazada por las imposiciones de la censura y por las persecuciones policíacas y económicas que se abatieron sobre periodistas y empresas periodísticas.*”³⁰ Estas trabas a la prensa, sostiene Beraba, devinieron mas tarde en un periodismo deformado y ajeno a la realidad nacional, que no buscaba develar los secretos y los intereses de las elites. En estos años – en la actualidad también es así - el Estado proveía gran parte de los fondos para el desarrollo de la infraestructura en comunicación además de los fondos destinados a la publicidad oficial, y las emisoras garantizaban a cambio su apoyo al gobierno. Por lo tanto, en pleno auge del Estado nacionalista e industrial brasileño, los medios fueron conformándose a la sombra de unos pocos grupos de poder que mantenían coincidencias básicas con los militares.

En 1965, Roberto Marinho funda el canal de televisión O Globo, aunque manejaba emisoras de radio y un diario desde antes. Para fines de los 60’, O Globo mantenía contratos con emisoras independientes del país, las cuales trabajaban como cadenas repetidoras. Mediante esta operación, Globo lanzó el *Jornal Nacional*, primer programa de transmisión simultánea en todo el país. La Rede Globo cubre hoy el 99,9% de los municipios del país y se constituye como el cuarto canal de televisión abierta del mundo

La concesión y autorización del Ejecutivo para explotar servicios de radiodifusión sonora y de sonidos e imágenes fueron reafirmadas en la Constitución del 88’, incisos XI y XII del artículo 21. Establece además en su artículo 223 la atribución para que este Poder pueda otorgar concesiones, permisos y autorizaciones para el referido servicio. En Brasil, una de cada cuatro licencias comerciales de TV está en manos de políticos o familias políticas, ejemplificado en el caso citado de la familia Collor en Alagoas, o la familia Sarney en Maranhão, que posee una emisora de T.V retransmisora de Globo, radios y un periódico.

³⁰ Marcelo Beraba; “Corrupción y periodismo en Brasil.”

2<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc77/corrupcion.html5/08/92>

Así como Rede Globo es el principal grupo multimedia en Brasil y ha recibido grandes concesiones de los gobiernos, es posible considerar de esta manera en Argentina al Grupo Clarín. Desde 1977, gracias a una “invitación” de Videla, pasó a compartir la titularidad de la producción de papel junto al Estado, al diario La Nación y al caído La Razón, en su calidad de mayor accionista minoritario de la empresa Papel Prensa S.A. Este hecho provocó que más tarde muchos diarios se vieran imposibilitados de financiar los costos de impresión, ejemplo de esto es la adquisición del diario *Página 12* por Clarín. Además, Clarín había adquirido ilegalmente y por testaferreros en 1988 LR 6 Radio Mitre, de la ciudad de Buenos Aires.³¹

“Alineado al candidato del Partido Justicialista durante las elecciones presidenciales de 1989, “Clarín” presionó al nuevo gobierno para lograr al mismo tiempo la privatización de los canales de televisión abierta de la Ciudad de Buenos Aires, hasta ese momento en manos del Estado, y la modificación del artículo 45 de la ley vigente que le permitiera participar en los concursos públicos para adquirir las licencias. A contramano de la historia de radiodifusión argentina, una de las primeras medidas del gobierno de Carlos Menem fue llamar a licitación para otorgar las licencias de televisión abierta y privatizar los canales de la Ciudad de Buenos Aires³². Mediante la sanción de las leyes de Emergencia Económica y de Reforma del Estado se modificó la normativa para la radiodifusión. Durante la privatización de los canales, el gobierno nombró como interventor de LS83 TV Canal 13 a un integrante del directorio de la empresa periodística Clarín, anticipando de alguna forma el resultado de la operación.”³³ La razón de tal nombramiento fue la relación que habían entablado con el Grupo dos hombres de Menem. Manzano primero, y Bauzá luego, operaron a favor de Clarín en la licitación del 13, previo acuerdo. No es de extrañar por tanto que, en palabras de Julio Ramos³⁴, Clarín siempre tratara bien a Bauzá y fuera el único medio que no se sumara a las denuncias que fluirían contra Manzano, hasta que fue desplazado políticamente.

La Ley 23.696 de 1989, en su artículo 65, sustituye el inciso e) del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión 22.285, que decía:

“No ser propietario ni socio de diferentes sociedades de radiodifusión. No tener vinculación jurídica o económica con empresas extranjeras. Tampoco con empresas periodísticas nacionales.”

por el siguiente:

³¹ Julio Ramos; en Los cerrojos a la prensa; Editorial Anfin S.A; Buenos Aires; 1993.

³² Se ha visto ya que los canales de televisión abierta en manos del Estado eran Canal 11 y Canal 13. Si bien Canal 9 y Canal 2 también habían sido expropiados, Alejandro Romay y Radiodifusora del Carmen, respectivamente, iniciaron acciones legales y sus derechos de propiedad fueron reconocidos con el regreso de la democracia en 1983.

³³ Luis Albornoz, Pablo Hernández, etc.; “El nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina”; Pág. 187/188. El interventor al que se refiere la cita era Carlos Tau Anzoátegui, abogado de Clarín, y el jefe de noticiero del canal fue Abel Maloney, periodista de Clarín y Radio Mitre.

³⁴ Julio Ramos; El periodismo atrasado; Ed. Fundación Gada; 1996. Pág. 299.

“No tener vinculación jurídica societaria u otra forma de sujeción con empresas periodísticas o de radiodifusión extranjeras.”

La presión del Grupo Clarín por modificar este inciso no era nueva, sino que venía desde el 88' cuando gestionó ante el gobierno radical esta posibilidad, pero Alfonsín solo llegó a enviar al Congreso el proyecto de ley. Esta modificación, al quitar la prohibición de asociación con empresas periodísticas nacionales, permitió el mismo año el ingreso al sistema de medios de teleradiodifusión al diario Clarín y al Grupo Atlántida de Vigil, con la adjudicación de Canal 13 y 11 respectivamente. En 1992, Clarín entró al negocio de la T.V por cable, con la adquisición de Vídeo Cable Privado, rebautizado Multicanal. Era dueño además de FM100 y la agencia de noticias Diarios y Noticias. Por su parte, Grupo Atlántida era dueño de Editorial Atlántida³⁵, Radio Continental AM y Radio FM Hit, entre otros negocios vinculados al sector editorial.

Julio Ramos advierte que una vez conforme con lo dispuesto en la modificación de la ley, Clarín se alejó taxativamente del presidente y emprendió una disputa entre éste y el grupo que duraría muchos años, producto de la necesidad del medio de desvincularse de Menem y las acusaciones que comenzaban a rondarlo.

7. Victorias y naufragios: Conclusiones

La gestión Menem era para fines del 91', una gestión “exitosa” en términos de adopción de una estrategia neoliberal según criterios de Washington. Las reformas se realizaban a pasos agigantados, con una celeridad y desprolijidad asombrosas. Mientras tanto, su par brasileño lidiaba con serios conflictos internos y comenzaba a verse desgastada su base de sustento social. Si bien el programa “modernizante” de Collor estaba incorporando las privatizaciones de las empresas estatales, estas eran catalogadas de “lentas” por los agentes económicos locales y extranjeros. Esto se debió a que Brasil contaba con un ente tecnoburocrático estatal permanente (el BNDES) cuyo equipo técnico configuró un programa privatizador con “lógica propia” por el cual se resguardó el patrimonio estatal brasileño respetando los tiempos en cada operación.

En Argentina, la primera ola de privatizaciones³⁶, del 89' al 91' con el ministro Dromi a la cabeza, careció de un organismo técnico específico que las ejecutara. La velocidad que adquirieron las transferencias comprometieron su transparencia y seriedad. En 1991 Cavallo asumió al frente de la cartera económica y se rodeó de un equipo de técnicos buscando mayor efectividad en los negociados. Empero el presidente, en su afán de generar confianza a los inversores, privilegió la premura a la medida. Entre 1990 y 1993 fueron transferidas al sector

³⁵ Editorial Atlántida, de Constancio Vigil uno de los presentes en la Plaza del Sí y amigo de Menem, editaba las revistas *Gente*, *Billiken* y *Para Ti*, entre otras.

³⁶ Teléfonos, canales de T.V., radios, agua, Aerolíneas Argentinas.

privado 82 empresas y unidades de negocios, 23 servicios fueron otorgados a concesión junto a 86 áreas del sector petrolero.

No obstante los diferentes resultados obtenidos, Menem y Collor compartieron un estilo de gestión de marcado personalismo, concentrando en sus figuras la toma de decisiones. Ambos pasaron por encima del Congreso debilitando las instituciones y los mecanismos de accountability horizontal. Sin embargo, Menem contó con mayores capacidades de gobierno que le permitieron llevar a cabo su cometido y consagrarse victorioso. En cambio Collor, sin respaldos de ningún tipo, naufragó en los mares de un impeachment que lo dejó fuera de juego.

Estas victorias y naufragios, pueden desagregarse en cuatro ejes principales³⁷: la *estructura situacional* de los presidentes al asumir. Menem venía del peronismo, uno de los partidos más importantes de Argentina, circunstancia que lo dotaba *per se* de una notable credibilidad y respaldo. Collor, con un partido minoritario y desconocido, solo poseía el aval de la derecha y centro derecha, más por oposición a una izquierda en ascenso que por convicción. Por otra parte, el *sistema de partidos* argentino era más fuerte, organizado y disciplinado que el brasileño. Esto dotó al argentino de consenso e impidió a Collor obtenerlo a la hora de hacer alianzas. El tercer eje analítico es el *liderazgo presidencial*. Para generar consensos, no solo se requiere de partidos fuertes, sino que es indispensable un líder competente. Menem fue sin duda un político más habilidoso y capaz que el brasileño, que finalizó su mandato forzosamente, con la derecha y la izquierda en su contra, cuestiones que han sido analizadas en apartados anteriores. Lo que interesa a los fines de este trabajo, es sin duda el *consenso de la sociedad civil*. Luego de dos años de administración, Menem se puso a prueba en las elecciones para legisladores y gobernadores. El Partido Justicialista ganó 14 gobernaciones e incrementó el número de diputados de 112 a 119, hecho que fue considerado de facto como un plebiscito en favor de su programa. Contaba con un sólido consenso y había logrado fundar en la sociedad un modo de vida acorde con el liberalismo. Mientras Menem incrementaba el beneplácito de la gente, Collor lo iba perdiendo con la misma rapidez. Su imagen pública, que antes de asumir figuraba en un 71% de aceptación, fue cayendo a mitad de su mandato al 18%, para terminar con un 9% de aprobación, a la vez que su imagen negativa trepaba al 68%. La persistente inflación que vapuleaba a Brasil, la crisis fiscal, deuda externa, fuga de capitales y de inversiones, sumado a la más terrible desigualdad social que incrementaba la pobreza, el crimen, el desempleo, las matanzas de niños, conflictos con los “sin tierra”, la corrupción, etc., terminaron de deshacer la precaria gobernabilidad collorista hasta su derrumbe.

Collor fue expulsado de la presidencia de la misma manera en que fue lanzado a la misma: por medio de una denuncia que su hermano Pedro le hizo en ... la revista *Veja*. En la

³⁷ En referencia a las hipótesis planteadas por Robert Packenham en “The politics of economic liberalization: Argentina and Brazil in comparative perspective.” Documento de Trabajo Número 206. Hellen Kellog Institute. Notre Dame; 1994.

entrevista, Pedro relató detalles y presentó documentos levantando la sospecha de que el empresario Paulo César Farias, tesorero de la campaña presidencial de Collor, había orquestado una red de tráfico de prebendas, contratos ilícitos y desvío de fondos.

Poco después la Cámara de Diputados aprobó la instalación de una Comisión Parlamentaria Investigadora con el objetivo de verificar las irregularidades y confirmó las ilegalidades cometidas por la dupla Collor-Farias.³⁸ Collor fue acusado de corrupción por la Cámara de Diputados de la asamblea brasileña. Mientras mantenía su inocencia, cedió su puesto al vicepresidente Itamar Franco. En esta situación, *“los mismos periódicos y revistas que habían apoyado a Collor en su elección en 1989, incluso de forma servil, encontraron el valor para publicar reportajes con denuncias”*³⁹ Esperaron primero a que se comprobara la corrupción de Collor para atacar, *“Los medios jamás combatieron las reformas neoliberales introducidas por Collor y, por ellas, fueron tolerantes hasta el límite con la corrupción del grupo llamado “República de Alagoas”, formado por los más íntimos amigos y familiares del presidente.”*⁴⁰

En diciembre de 1992, al inicio del juicio por parte del Senado brasileño, dimitió como presidente de Brasil. El veredicto le impidió desempeñar un cargo público durante un período de ocho años.

En Argentina, Menem ya había comenzado a ser blanco de acusaciones de corrupción por parte de sectores de la prensa nacional. Éstos, en comparación con la parte de la prensa que lo defendía, eran muy escasos. Julio Ramos, amigo personal del mandatario y dueño del diario *Ámbito Financiero*, señalaba por entonces que esos ataques al presidente eran parte de una “campaña de deslegitimación” que buscaba “ensuciar” al gobierno que *“había dado uno de los mayores pasos para combatir la corrupción grande en el país”* Y continuaba declarando que *“había corrupciones menores que eran aprovechadas por sectores trotskistas de la prensa – en alusión a Clarín y Página 12 - muy alarmados por la consolidación de un gobierno que, siendo de bases populares, como el peronismo, derivó a formas liberales.”*⁴¹

8. Comentario final

A lo largo de este trabajo se han intentado explorar los liderazgos de Menem en Argentina y Collor en Brasil con el propósito de desentrañar vínculos que propiciaron el éxito del primero, y el fracaso del segundo, planteados en la introducción. La novedosa forma de

³⁸ Entre estas estaban la aceptación de sobornos de empresarios a cambio de favores políticos, el depósito de dinero negro a nombre de empresas ficticias en paraísos fiscales y su transferencia regular a cuentas bancarias de testaferros brasileños para el uso y disfrute de los verdaderos titulares, etc.

³⁹ Marcelo Beraba; “Corrupción y periodismo en Brasil”; 1992; en <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc77/corrupcion.html5/08/92>

⁴⁰ Barbosa Filho, “La prensa y la corrupción electoral en Brasil”; 2002; en http://www.campusred.net/telos/antiores/num_029/inves_documentos0.html

⁴¹ Julio Ramos; en Los cerrojos a la prensa; Editorial Anfin S.A; Buenos Aires; 1993. Pág.326.

apelación a los medios en sus respectivas campañas evidencia la importancia de los mismos para establecer pautas en la sociedad, a la vez que se constituían como ejes de legitimación.

Es cierto que los medios no pueden decirnos *qué* o *cómo* pensar, pero sí son los únicos que marcan el *sobre qué* cosa pensar. Este arma tan particular supo ser aprovechada por Menem y Collor en la construcción de su imagen, y fue utilizada por el primero a lo largo de su presidencia. Menem sacó provecho de los medios de comunicación para establecer en la sociedad una *ideología*, en el sentido gramsciano del término, que implicaba un conjunto de valores, un estilo de vida e idiosincrasia particulares, y que acompañaba a las reformas. La lógica nihilista se apoderó de un país que antepuso los virtuales beneficios a las sospechas y a la creciente pobreza que lo azotaba. En la conformación de alianzas y apoyos de los mandatarios, queda evidenciada la mayor capacidad de Menem para llevar a cabo su cometido, consagrándose como “líder del pueblo”. Esto no solo se debió al éxito del plan económico de Cavallo, sino también a la astucia con la que el presidente enhebró relaciones con potenciales opositores.

En el caso de Brasil, en toda la historia de Collor, desde su ascenso hasta su caída, los medios fueron partícipes absolutos en la creación de este liderazgo que parecía excepcional y terminó siendo más de lo mismo. Acompañaron la tumultuosa movilización de la sociedad civil que con sus caras pintadas reclamaba en la calle *Fora Collor* y exigía que la ética pasara a ser parte de su contaminado sistema. La sobre-exposición de Collor fue tal que, como se ha visto, fue una revista de gran tirada la que descubrió al país entero las tretas del funcionario ya en obvia decadencia, hecho que se vio reforzado luego por la T.V. El inconveniente está en la desaparición de la frontera entre lo público y lo privado. En un país con elevadísimos índices de analfabetismo y de miseria como Brasil, la televisión no solamente es el principal medio de entretenimiento, sino también de información. Y es ahí dónde reside el peligro, los medios llegan a ser el único patrón de legitimidad.

Cuando los mecanismos de accountability en Brasil respondieron bien a las demandas sociales y actuaron como verdaderos mecanismos de control, parecía que la democracia iba tomando forma. Pero aquí surge una cuestión que abre el camino a futuras investigaciones: ¿qué hubiera pasado si no se hacían públicas las acusaciones? ¿Se habría investigado a Collor y a Farias hasta llegar a un juicio político en una frágil democracia como la brasileña?

Para terminar, me permito tomar prestada la misma cita de Piglia con la que Bosoer y Leiras dan comienzo a su artículo porque ilustra lo que he querido demostrar: “*Cuando se ejerce el poder político se está imponiendo una manera de contar la realidad(...) El poder también se sostiene en la ficción. El Estado es también una máquina de hacer creer.*”

8. Bibliografía

Libros

- Albornoz, Luis, Hernández Pablo, Mastrini Guillermo y Postolski, Glenn; “El nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina” En Albornoz, Luis A. (coord.): Al fin solos...La nueva televisión del Mercosur; Editorial Ciccus- La Crujía; Buenos Aires; 2002.
- Bosoer, Fabián y Leiras, Santiago; “Los fundamentos filosófico-políticos del decisionismo presidencial: Argentina 1989-1999. ¿Una nueva matriz ideológica para la democracia argentina? ” En Pinto, Julio (comp.): Argentina entre dos siglos: la política que viene; Editorial Universidad de Buenos Aires; Buenos Aires; 2001.
- McCombs, Maxwell E. y Shaw; Donald L.; “¿Qué agenda cumple la prensa?” En Graber, Doris (comp.): El poder de los medios en la política; Editorial Grupo Editor Latinoamericano; Buenos Aires; 1986.
- Palermo, Vicente y Novaro, Marcos; Política y poder en el gobierno de Menem; Editorial Norma; Buenos Aires; 1996.
- Ramos, Julio A.; El periodismo atrasado; Editorial Fundación GADA; Buenos Aires; 1996.
- Ramos, Julio A.; Los cerrojos a la prensa; Editorial Anfin S.A; Buenos Aires; 1993.
- Rapoport, Mario; Historia económica, política y social de la Argentina (1880-2000); Ediciones Macchi; Buenos Aires; 2000.
- Rojas, Enrique; El hombre light; Editorial Booket; Buenos Aires; 2005.
- Romero, Luis Alberto; Breve historia contemporánea de la Argentina; Editorial Fondo de Cultura Económica; Buenos Aires; 2001.
- Thwaites Rey, Mabel; La (des)ilusión privatista; Editorial Eudeba; Buenos Aires; 2003.

Revistas

- Acuña, Carlos; “Política y economía en la Argentina de los noventa. (O por qué el futuro ya no es lo que solía ser)”;
- Revista de Ciencias Sociales América Latina hoy; N°11-12; Diciembre 1995.
- Ferreira Rubio, Dalia y Goretti, Matteo; “Cuando el presidente gobierna solo: Menem y los decretos de necesidad y urgencia hasta la reforma constitucional (Julio 1989-Agosto 1994)”;
- Revista Desarrollo económico; Vol. 36; N°141; Buenos Aires; 1996.
- Gerchunoff, Pablo y Torre, Juan Carlos; “La política de liberalización económica en la administración de Menem”;
- Revista Desarrollo Económico; Vol. 36; N°143; Buenos Aires 1996.
- Gonçalves Couto, Claudio; “A Longa Constituinte: Reforma do Estado e Fluidez Institucional no Brasil.”;
- Revista Dados; Vol.41; N°1; Instituto Universitario de Investigaciones de Río de Janeiro; Río de Janeiro; 1998.
- Iazzetta, Osvaldo; “Capacidades técnicas y de gobierno en las privatizaciones de Menem y Collor de Mello.”;
- Revista Desarrollo Económico; Vol. 37; N°146; 1997.
- Iazzetta, Osvaldo; “La reciente crisis política brasileña: ¿Nuevas señales para repensar la esfera pública política de la región”;
- Revista Estudios Sociales; N°5; 1995.
- Panizza, Francisco; “Neopopulism and it’s limits in Collor’s Brazil.”;
- Bulletin of Latin American Research; N°19; Society for Latin America Studies; 2000.

Páginas de internet

- Barbosa Filho, “La prensa y la corrupción electoral en Brasil”;2002.
http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_029/inves_documentos0.html
- Beraba, Marcelo; “Corrupción y periodismo en Brasil”; 1992.
<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc77/corrupcion.html5/08/92>
- Biografía de Fernando Collor de Mello. <http://www.cidob.org/bios/castellano/lideres/c-046.htm#5>
- Constitución de la República Federativa de Brasil. www.bdj.com.br/lei/consti.constitu/PDF

- Entrevista realizada por Bernardo Neustadt y Mariano Grondona a Carlos Saúl Menem; Programa Tiempo Nuevo; Canal 11; 1989.
<http://www.bernardoneustadt.org/nota.asp?ID=114>
- Evaluación de la imagen de Collor de Mello.
http://www1.folha.uol.com.br/folha/datafolha/po/aval_pres_1992.shtml
- Iglesias, Roberto H.; “El Poder de los medios y los medios del poder en América Latina y Estados Unidos: un análisis comparado”; 2005.
http://www.cadal.org/pdf_stats/pdf_stats.asp?seccion=eventos&pdf_file=20050225_Reunion_en_CADAL.pdf
- Informe especial “La caída de Collor”;
<http://www.srparlamentar.blogger.com.br/collor.html>
- José; Emiliano; “La prensa brasileña y el neoliberalismo”; 2002.
<http://www.emilianojose.com.br/artigos.phd?ID=17>

Documentos y Documentos inéditos

- De Castro Santos, Maria Helena; “Gobernabilidad, Gobierno y Democracia: Creación de Capacidad Gubernativa Y Relaciones Ejecutivo-Legislativo en el Brasil Pos-Constitución”; 1997. Documento de Cátedra Leiras; Lideres y Liderazgos en América Latina; 2005.
- Documentos Básicos del Proceso de Reorganización Nacional; Buenos Aires; 1979.
- Mata, María Cristina; “Entre la plaza y la platea”; Documento de Cátedra Del Coto; Semiótica 2; Ciencias de la comunicación; UBA; 2003.
- Pakenham, Robert; “The politics of economic liberalization: Argentina and Brazil in comparative perspective.” Documento de Trabajo Número 206. Hellen Kellog Institute. Notre Dame; 1994.
- Rossi, Diego; “Radiodifusión en la Argentina neoliberal. Informe de situación.(1989-1995)”; Documento de Cátedra Mastrini; Políticas y Planificación de la Comunicación; Ciencias de la Comunicación; UBA; 2004.

- Rubim, Antonio Albino y Colling, Leandro. Documento inédito que amplía el estudio realizado por los autores en “Mídia e Eleições Presidenciais no Brasil Pós-Ditadura.” En Diálogos de la Comunicación; Lima; 2004.

- Veron, Eliseo; “La palabra adversativa”; Documento de Cátedra Del Coto; Semiótica 2; Ciencias de la comunicación; UBA.;2003.

- Wolton, Dominique; “Las contradicciones de la comunicación política”; Documento de Cátedra Del Coto; Semiótica 2; Ciencias de la comunicación; UBA; 2003.

Resumen

Este trabajo busca examinar con profundidad los liderazgos de Carlos Menem en Argentina y Fernando Collor de Mello en Brasil durante los años 1989 y 1992, en pleno quiebre del modelo estatista y nacimiento del neoliberal. En el mismo se analizan las razones que propiciaron el éxito a la hora de aplicar este modelo en el caso de Menem y el fracaso de Collor, para lo cual se intentan develar las alianzas, los estilos y los apoyos de ambos mandatarios, tanto antes como durante sus gobiernos, así como también sus capacidades y los vínculos entablados con importantes sectores de poder. El propósito del trabajo es demostrar la importancia que adquirirían durante este período los medios de comunicación y algunos de sus exponentes como factores de poder y fuente de legitimidad social, tanto para instalar el tema de la reforma del Estado en la agenda pública como para crear un nuevo imaginario social en Argentina y en Brasil.

Summary

This work searches to examine with depth the leaderships of Carlos Menem in Argentina and Fernando Collor de Mello in Brazil during years 1989 and 1992, in the heat of break of the national model and birth of the neoliberal one. In this are analyzed the reasons that favored the success at the moment of apply this model in the case of Menem, and the failure of Collor. For this reason, it tries to reveal the alliances, the styles and the supports of both presidents, so much before as during their governments, as well as their capacities and the bonds established with important sectors of power. The purpose of the work is to show the importance that would acquire during this period the mass media and some of its exponents as power factors and source of social legitimacy. This importance sees so much to install the subject of the reform of the state in the public agenda as for it creates imaginary social a new one in Argentina and Brazil.