



:: [portada](#) :: [Mentiras y medios](#) ::

08-08-2004

Entrevista con los autores del libro 'Vale todo' sobre el empresario periodístico Daniel Hadad.

El periodista de la Argentina oscura y mafiosa

Jairo Straccia

Argenpress

Hay un sobre de papel madera que circula de mano en mano en los pasillos de Canal 9, en Buenos Aires, Argentina. Los empleados se turnan y todos van leyendo, ansiosos, la biografía no autorizada de su patrón. 'Vale todo', le pusieron de título sus autores, Romina Manguel y Javier Romero, para sintetizar la filosofía de un movilero que se convirtió -en diez años- en el dueño de uno de los multimedios más poderosos del país.

En la investigación, publicada por Ediciones B en enero pasado, puede leerse la vida y la obra de Gerardo Daniel Hadad. Nació el 28 de noviembre de 1961 en el barrio porteño de Floresta, en el seno de una familia de descendencia siria. Estuvo cerca de ser monaguillo y estudió derecho en la Universidad Católica Argentina (UCA). Fue becado a Estados Unidos y se encandiló con el american way of life. En nuestro país, se sintió atraído por las ideas liberales que defendía la Unión de Centro Democrático (UceDé), de Alvaro Alsogaray.

En la UCA, se hizo amigo de los hijos del ex almirante Eduardo Massera, integrante de la dictadura que gobernó el país desde 1976. Se acercó al periodismo trabajando con hombres vinculados a los servicios de inteligencia y comenzó una carrera en la que sería apadrinado por el periodista Bernardo Neustadt, el empresario postal Alfredo Yabrán, el argentino de más influencia en el Vaticano, Esteban Caselli, el ex gobernador de la provincia de Buenos Aires, Carlos Ruckauf, y el ex banquero Raúl Moneta.

Tejió relaciones con gente del Pentágono, y participó de la creación de una agencia de seguridad junto a la CIA, con cuyos representantes en la Argentina mantiene excelentes contactos, y hasta ha ido a tomar helado y ver fútbol en su compañía. 'Tiene un enorme conflicto con el reconocimiento, con el poder y con sus orígenes, y con esta cosa de quedar estigmatizado como un 'ladrón de gallinas', como un extorsionador menor de pequeños empresarios, y el tema de la CIA de alguna manera lo reivindica', explica Manguel.

En su ascenso, sin embargo, fue decisiva la estrecha relación con Carlos Saúl Menem cuando éste ocupó la Casa Rosada, ya que consiguió, gracias al riojano, apropiarse de una de las frecuencias de mayor alcance de la radiofonía argentina: la AM 710. Con ella, edificó Radio 10, una emisora que rápidamente se acomodó en el primer puesto en las mediciones de audiencia, con un discurso de derecha, liberal, a veces autoritario y racista, que se extiende en todos sus medios de comunicación. A partir de allí, comenzó el crecimiento económico de Hadad y el desarrollo de su imperio mediático.

Manguel y Romero tuvieron un doble trabajo: pelear para conseguir la información sobre Hadad, que genera miedo y reticencia en los entrevistados, y luchar para que el libro fuera publicado. Como informara este sitio en enero último, la editorial Planeta frenó su salida en la etapa de impresión. Sin embargo, la edición se realizó al poco tiempo. Y Segundo Enfoque, tal como lo había



convenido, dialogó con sus autores.

¿Es Hadad un caso especial entre los periodistas y empresarios de medios de la Argentina, o es el símbolo de un conjunto de características similares?

Manguel: Creo que es un gran exponente de algo de lo que no se suele hablar mucho, que es la corrupción en este medio y para qué se puede usar el periodismo. Yo creo que Hadad vio un negocio en el periodismo que podría haber encontrado en cualquier otra cosa, vio que el periodismo era redituable para un proyecto que puede superar en mucho lo que puede ser un multimedio.

Romero: Lo que revela el modus operandi de Hadad es la manera de hacer negocios y de acercarse al poder de varios grupos en la Argentina, que casualmente o no están relacionadas con él. Toda esa Argentina oscura y mafiosa, desde Massera, del Batallón 601 para acá, o de Carlos Menem, o de las finanzas como puede ser Moneta, como 'Cacho' Caselli, esas maneras de entender el poder son comunes a todos esos grupos y Hadad lo expresa muy bien en los medios de comunicación.

¿Qué objetivo persiguieron al escribir esta biografía no autorizada?

Manguel: Me parece que la sensación que había en el imaginario colectivo era que Hadad era una especie de ser corrupto dentro de los medios de comunicación, pero sin demasiados argumentos. Estaba instalada la idea pero si vos pedías argumentos de por qué Hadad era un personaje oscuro, siniestro y manipulador, no te sabían explicar. Nosotros buscamos los argumentos sobre una idea que estaba instalada y que tenía razón de ser.

Romero: Había como una lectura fácil que era que solamente era 'el testaferro de Menem'. Nosotros contamos no sólo la vinculación con Carlos Menem, sino cómo lo trasciende. Había que contar toda la historia. Tratamos de profundizar sobre las pistas que se hablaban en los pasillos del poder, que formaban parte de la mitología. Cómo Hadad había llegado donde había llegado, de qué manera, tratamos de indagar sobre las valijas negras de la política y de las finanzas que tenían que ver con sus medios y su crecimiento económico. Queríamos profundizar eso para contar quiénes manejan los medios de comunicación en Argentina.

Saben que los medios de Hadad tienen mucha audiencia. ¿Creen que puede interesarle a esta gente que ustedes cuenten los 'métodos' que usa el dueño de la radio que oyen, o del canal que miran?

Romero: Debe haber gente que escucha Radio 10 que quiere leer la biografía. Nosotros lo que hicimos fue contar hechos. Con la menor cantidad de opinión posible, quisimos contar cómo llegó,



donde llegó, quiénes fueron sus aliados, transcribimos causas judiciales que van probando el modo en que se maneja.

Manguel: Me parece que también que hay mucha gente que adhiere a la filosofía del 'vale todo', a la idea del éxito fácil, o de los atajos, o de los sobornos, y que están muy tranquilos con eso. Cuando leímos muchas críticas de lectores, algunas venían de este sector, decían 'OK, ustedes critican, pero el tipo llegó, tiene guita, un canal, un multimedio, tiene un proyecto a largo plazo'. En esta Argentina, el atajo no es lo que se cuestiona. Muchos no se van a poner a debatir sobre cómo llegó.

Hasta ahora, según se ve en su libro, Hadad hizo de todo para llegar a posicionarse donde está hoy. ¿Cuál es su horizonte ahora, qué sigue?

Romero: Hemos discutido mucho con Romina el hacer un final o epílogo, lo que es difícil porque es un personaje que está vivo, no es que se puede hacer un balance sobre qué significó para su época. Cuál es el techo no sabemos, sabemos que está muy interesado, con la sociedad que integra con Moneta, en comprar La Nación, por ejemplo, en participar en la compra de Telefé, que está en proceso de venta también. La gente a la que le ofreció formar el nuevo CEI (en referencia al multimedio de Raúl Moneta y el Citibank que creció en el menemismo) no aceptó, pero él ya tiene un canal de TV, tiene varios radios, tiene un diario y tiene una valija de dinero muy importante a partir de socios muy poderosos que le pueden permitir seguir comprando medios en Argentina.

Manguel: Creemos que no termina con la compra compulsiva de medios, creemos que atrás de esto hay un proyecto político que supera el tema mediático. Pero es muy difícil hacer un análisis en perspectiva. La plataforma creemos que es la compra de medios que está haciendo, es la plataforma de lanzamiento.

¿Ustedes dicen que Hadad pretende ser como Silvio Berlusconi?

Romero: Es una de las hipótesis que manejamos y no agotamos y seguimos. El espejo de un empresario dueño de varios medios que se anime en algún momento a jugar a la política, en una persona joven como es Hadad, que tiene 43 años, no está descartada por muchos de los que lo rodean. El problema grave que tiene Hadad es el problema que tiene para relacionarse con la gente, como se vio en la repulsa que sintió cuando lanzó el noticiero matinal de Canal 9, que fue derrotado por el conejo 'Pompín' de Canal 7.

Manguel: Hay una visión ciertamente hipócrita, porque no lo quieren a Hadad, no quieren ver su cara en un programa, le dicen que 'no', pero a sus medios no le dicen que no. Lo que no vemos, lo toleramos. Creo que Hadad entendió que la gente no lo quería ver a él, ni lo quería escuchar, pero sus medios son otra cosa, parece que son disociados.



Los gobiernos

Daniel Hadad creció al calor de los favores de la gestión de Carlos Menem, como se ha dicho. Consiguió comprar radios, y acelerar su enriquecimiento sin que la Justicia lo molestara. Sin embargo, ahora que el ex presidente está fuera de la escena política, tampoco tiene interferencias con Néstor Kirchner en la Casa Rosada.

¿Cuál es la relación actual de Hadad con Carlos Menem?

Romero: Con Menem hubo un par de cortocircuitos durante la última campaña electoral. Habían discutido, se habían peleado. Después, el día que Menem saca el 24 por ciento y Kirchner el 22, todos los medios jugaron en contra de Menem. Al otro día fue (el secretario privado de Menem) Ramón Hernández a hablar con Daniel Hadad. Tuvieron una discusión de una hora y media, y ahí se convino hacer una reunión con el ex presidente, de la que surgió que Hadad fuera jefe de campaña del último tramo (Nota del R.: de la segunda vuelta electoral). De ahí, muchos en el entorno de Menem creen que Hadad jugó en contra y que fue el responsable de esa publicidad televisiva que se filma en el fondo de la casa de Daniel Hadad en el Country Mailing, con la estructura de Canal 9 aportada por Hadad, donde aparece Menem subiendo una cuesta, muy parecido al que había tenido (Fernando) De la Rúa en el año '99, donde por la manera de enfocarlo aparece un Menem mucho más avejentado con una dificultad importante tratando de subir.

Manguel: Hablando con publicistas nos dicen que no se les ocurriría tratar de posicionar un personaje para la presidencia en un lugar de tanta debilidad. Ese aviso puso en alerta al menemismo de que Hadad tiene una falta de códigos que le permite pactar con dios y con el diablo. La sospecha de que fue a propósito, en el entorno menemista, existe.

Romero: Gente de la más extrema confianza de (Eduardo) Duhalde, cuenta que la frase que Hadad le dijo a Duhalde cuando este le había dicho 'así que te hiciste cargo de la campaña de Menem', fue 'voy a acompañar al abuelito hasta la tumba'.

Manguel: Si decís que Hadad es un menemista, te quedás más que corto. Fue un exponente de la estructura menemista, pero está siempre buscando la manera de ser funcional al gobierno de turno.

Romero: Tenía una excelente relación con Menem, siguió con De la Rúa, a través del Grupo Sushi, (Fernando) De Santibañes, etc., siguió con Duhalde -aunque al principio con chisporroteos- y ahora tiene una excelente relación con Kirchner.



¿Cómo convive Hadad con el gobierno de Néstor Kirchner?

Manguel: Con Kirchner estamos convencidos de que hay un pacto de convivencia pacífica, que no sabemos cuánto puede durar, porque Hadad no es un tipo muy amigo de los códigos, no es un tipo con el que vos puedas pactar in eternum. Se va a ir manteniendo a medida que el gobierno y él vayan negociando sobre la marcha. Con un gobierno que parece que arremete con todo, no hay una voluntad política de revisar la concesión más que cuestionada de su radio. Me parece que el pacto radica ahí, les funciona a los dos.

Romero: Los postulados que defendieron toda la vida los medios de Hadad, uno escucha Radio 10 o Canal 9, escucha los noticieros, y no ve grandes discrepancias con un gobierno que parece estar en las antípodas del pensamiento histórico de Hadad y sus medios. Y no se revisa quién es el dueño real de Canal 9, de dónde sacó la plata para comprar la radio. El gobierno no cuestiona nada de esto. Y Hadad entra a la Casa Rosada. Sería difícil ver a un ícono del menemismo como María Julia Alsogaray, Víctor Alderete, o Moneta, entrando a la Casa de Gobierno, y Hadad sí entra. Y tiene una excelente relación con Julio Bárbaro, titular del (Comité Federal de Radiodifusión) COMFER, quien justamente tendría que estar investigando porqué presentó la convocatoria de acreedores de Canal 9, algo que prohíbe expresamente la ley.

En el texto describen los diferentes 'padrinos' con que contó Daniel Hadad en su trayectoria. ¿Quién es hoy su 'padrino'?

Romero: Para poder sostenerse después de que se queda con Canal 9, el padrinazgo de Raúl Moneta, y su respaldo económico, fue fundamental. Y aparentemente tiene un pie muy importante en Infobae, y también en la recompra de Radio 10 y La Mega, y en la compra de nuevos medios. Así que el padrinazgo desde el punto de vista económico de parte de Moneta es muy importante.

Y la persona que funciona como padrino de Daniel Hadad en el entorno de Kirchner, es importante por su supervivencia.

Manguel: Es el garante de este pacto de convivencia.

Romero: Si no, no podría. Kirchner -que avanza contra todo lo que tiene olor a década menemista, muy fuerte y muy enérgico- con Hadad, guantes de seda. Ahí también hay un padrinazgo muy fuerte.

¿Por dónde viene ese padrinazgo?



Romero: Hadad tiene una excelente relación con (el jefe de Gabinete) Alberto Fernández desde hace muchos años, así que podría venir por ese lado. Lo cierto es que en estos meses donde Kirchner fue dando muchas señales contra la mayoría de los sectores vinculados al menemismo (justicia, Fondo Monetario, etc.), en el plano de los medios...

Bienes y empresas de Daniel Hadad: Sus medios, su fortuna

Desde que el gobierno de Carlos Saúl Menem le otorgó la frecuencia AM 710 y armó Radio 10, Daniel Hadad construyó su propio multimedios: a la emisora de más oyentes del país, le agregó una FM de rock nacional llamada Mega, que también picó en punta en audiencia. Primero compartió el control con el grupo estadounidense Emmis, y recientemente recompró ambas radios en su totalidad.

También posee el diario económico Infobae, que sale de lunes a viernes, y su sitio web Infobae.com. En 2002 compró Canal 9, cuya propiedad fue compartiendo con distintos empresarios hasta capturar el 100 por ciento. Y ahora, acaba de quedarse con dos nuevas radios: la FM 101.5, y la FM 103.7.

'Hadad maneja con mucho cuidado las nuevas compras que está haciendo -avisa Javier Romero- y eso tiene relación directa con la convocatoria de acreedores de Canal 9. Supuestamente no tiene plata, por eso no puede pagar, por lo que resultaría difícil de explicar que haya hecho la recompra del total de Radio 10 y de FM Mega y ahora aparece agregando adquisiciones'.

La carrera de Hadad le ha deparado un notable bienestar económico. 'Para un periodista, ganar dinero es un deber ético', dijo al diario La Prensa en 1992. 'Vale todo' da cuenta de su patrimonio, donde no faltan inmuebles: un departamento en la Avenida Libertador 4444 (los pisos 42 y 43), valuado en 2 millones de dólares, una casa de country, de 800 mil dólares, una casa en Punta Piedras -Punta del Este, Uruguay-, cotizada en 850 mil dólares y un departamento en Miami, que cuesta 1 millón de dólares. A su vez, posee 15 millones de dólares en bancos y fondos de inversión en Estados Unidos. Es dueño del 100 por ciento de Radio 10 y FM Mega, tiene acciones en las productoras de contenidos periodísticos Grupo Klein, DH y Grupo H, además de autos blindados por 500 mil dólares.

Nadie lo nombra, igual lo compran: El milagro de las ventas

'Nos impresiona mucho este acuerdo que ha logrado con la mayoría de los medios de comunicación para que no se hable del libro 'Vale Todo', en cierto punto nos sorprendió, permitió que se note más hasta dónde llega su poder', dice Javier Romero. Sucede que la obra que realizó junto a Romina Manguel, publicada por Ediciones B, para desnudar los pasos de Daniel Hadad como periodista y empresario de medios ha sido ignorada por los suplementos especializados de las principales empresas periodísticas de Argentina.



Sin embargo, esos mismos diarios y revistas, han debido resignarse y anotar su título en las primeras ubicaciones de los listados de los libros más vendidos. 'El hecho de que el libro haya salido el 27 de enero y hoy a casi un mes haya estado encabezando los rankings de ventas de los libros de no-ficción, de los libros de política, en todo el país y que no se haya anunciado ni su aparición, ni se haya escrito ninguna crítica en los grandes medios de comunicación de la Argentina, muestra cómo ha logrado un acuerdo, casi parece ser un par del resto de los dueños de grandes de los medios de comunicación de la Argentina', subraya Romero.

'(Alfredo) Yabrán no logró la impunidad de los medios, y fue determinante; a (Raúl) Moneta le pasó lo mismo, los medios hablaron de Moneta y hoy hace negocios en las sombras. De Hadad nadie habla. A pesar de ser de ese grupo, nadie habla. Eso es un paso muy importante para el sector que él representa.' Las reflexiones de Romero cuentan sobre el poder del controvertido empresario. 'Parece ser un enemigo poco deseable, nadie parece quererlo enfrentar', agrega Manguel.

Los 15 mil ejemplares de la primera edición están casi agotados. Los gerentes de las principales librerías del país no salen del asombro. No entienden cómo sin publicidad, sin anuncios, sin campañas, sin siquiera menciones, las pilas del libro bajan a ritmo sostenido en todas las mesas de sus comercios.