

**Eduardo Covalesky Dias**

**MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA NA ARGENTINA:  
Governo Kirchner versus Grupo Clarín e as transformações  
midiáticas e políticas no contexto de aplicação da  
Lei de Meios Audiovisuais**

**PPGCOM / UFPR**

**Curitiba**

**2015**

EDUARDO COVALESKY DIAS

MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA NA ARGENTINA:  
GOVERNO KIRCHNER VERSUS GRUPO CLARÍN E AS TRANSFORMAÇÕES  
MIDIÁTICAS E POLÍTICAS NO CONTEXTO DE APLICAÇÃO DA LEI DE MEIOS  
AUDIOVISUAIS

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. João Somma Neto

CURITIBA  
2015

Catálogo na publicação  
Mariluci Zanela – CRB 9/1233  
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Dias, Eduardo Covalesky

Midiatização da política na Argentina: Governo Kirchner versus Grupo Clarín e as transformações midiáticas e políticas no contexto de aplicação da Lei de Meios Audiovisuais / Eduardo Covalesky Dias – Curitiba, 2015.  
166 f.

Orientador: Prof. Dr. João Somma Neto  
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

1. Mídia - Política. 2. Comunicação audiovisual. 3. Mídia social. 4. Argentina. Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual. 5. Diário Clarín (Argentina). 6. Kirchner, Nestor Carlos, 1950-2010. I.Título.

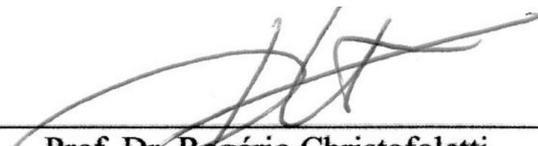
CDD 302.234

## TERMO DE APROVAÇÃO

EDUARDO COVALESKY DIAS

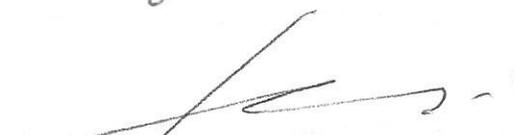
MIDIATIZAÇÃO DA POLÍTICA NA ARGENTINA: GOVERNO KIRCHNER VERSUS GRUPO CLARÍN E AS TRANSFORMAÇÕES MIDIÁTICAS E POLÍTICAS NO CONTEXTO DA LEI DE MEIOS AUDIOVISUAIS

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:



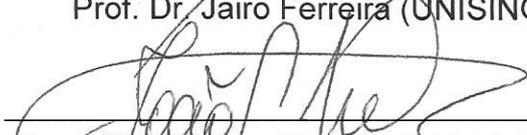
---

Prof. Dr. Rogério Christofolletti  
Departamento de Jornalismo, UFSC



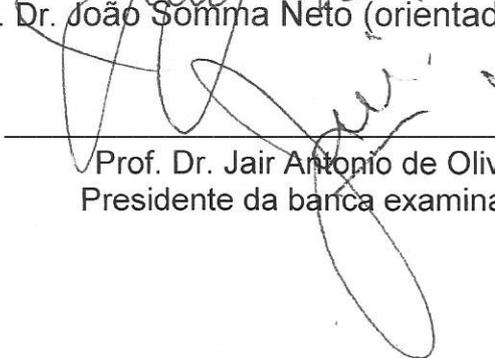
---

Prof. Dr. Jairo Ferreira (UNISINOS)



---

Prof. Dr. João Somma Neto (orientador/convidado)



---

Prof. Dr. Jair Antonio de Oliveira  
Presidente da banca examinadora

Curitiba, 31 de março de 2015

*Aos meus avós,  
Ari, Adão, Helena e Fernando, este cada vez mais vivo.  
Ninguém melhor do que os antigos para reconhecer o valor de uma conquista que,  
em tese, representa sabedoria.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu pai, Baltazar, por nutrir meu interesse pela política desde os tempos de guri, por me permitir discordar ou concordar com seus posicionamentos, mas sobretudo por conseguirmos encontrar neste campo o denominador comum que a oposição futebolística dificulta. Em idêntica medida, agradeço à minha mãe, Carmen, por saber que a minha existência se deve à superação dela. Sinônimo de força, articuladora de mão cheia e apoiadora incondicional.

À minha menina, Larissa, a quem meu pensamento associa quando leio os versos de Leminski, quando lembro das distâncias e das viagens, quando me perco nas consoantes polonesas e especialmente quando sinto que as inseguranças podem nos pregar peças: perto dela posso recompor todas as certezas que tenho.

Às minhas irmãs, Arilena e Débora. Cada uma com sua vida, a saudade bate com frequência pedindo mais momentos compartilhados. O sucesso delas me inspira. Aos meus sobrinhos, Ana Nale e Otávio, que alegram meu verão e meu inverno e me ensinam como é bom gostar de crianças.

À família Ferraz Drabeski, pelo respeito e pelo acolhimento frequente nestes dois anos de moradia em terras paranaenses, vitais para uma adaptação. Em especial aos pais da Larissa, Ozilda e Evaldo, por todo suporte logístico e estrutural necessário.

Agradeço aos professores do PPGCOM da UFPR pelos muitos ensinamentos compartilhados e por mostrarem também que o mundo acadêmico não são só flores. Em especial, ao meu orientador, professor João Somma Neto, por confiar nas minhas propostas de pesquisa, por me dar dicas certeiras e por me proporcionar uma liberdade de estudos que eu não imaginava encontrar inicialmente.

Aos colegas de mestrado que contribuíram nas discussões acadêmicas e extracampo também: Renata, Marcos, Valdecir, Michele e Anderson. Ao grupo de pesquisa Estudos da Imagem e à equipe da Revista Ação Midiática.

Aos professores que integram a banca de avaliação, agradeço as considerações na banca de qualificação e de defesa, com quem pretendo manter contato.

Aos meus amigos de sempre, que fiz em Santa Maria, que se espalham por aí, mas que, a um clique de distância, me reaproximam dos dias felizes de UFSM: Laura, Marcelo, Michelle e Saul. A todos também que, de uma forma ou outra, colaboraram neste trabalho.

Agradeço à Capes, pelo auxílio financeiro à pesquisa e pelos depósitos em dia.

*La televisión, esa última luz que te salva de la soledad y de la noche, es la realidad.*

*Porque la vida es un espectáculo:  
a los que se portan bien, el sistema les promete un cómodo asiento*

*(Eduardo Galeano)*

## RESUMO

Com as transformações geradas a partir dos debates sobre a Lei de Meios Audiovisuais, a Argentina experimenta uma série de mudanças nas relações entre os campos político e midiático a partir do conflito entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín. Estas mudanças reverberam em um ambiente de interseção onde as instituições e os dispositivos de enunciação compartilham novas lógicas que tomam a midiaticização como referência. Isso gera novos formatos e novas práticas sociais que podem ser apontados a partir da análise empírica de dois programas televisivos representativos deste ambiente de conflito: *6-7-8* e *Periodismo Para Todos*. Elege-se, como *corpus* de pesquisa, amostragem correspondente ao período de campanha eleitoral legislativa de 2013. Por meio de estratégias metodológicas como a análise televisual, aspectos da midiaticização e inferências por analogia e homologia abduativas, identifica-se uma ação de razão instrumental na abordagem das temáticas observadas e aponta-se diversas práticas, tanto na perspectiva midiático-comunicacional quanto midiático-social, onde são perceptíveis os efeitos da circulação dos dois programas televisivos. Uma ambiência midiaticizada nas relações entre os campos político e midiático complexifica a discussão de temáticas da agenda pública e altera marcas da institucionalização midiática, bem como possibilita novas formas de atuação política a grupos que antes estavam à margem do acesso ao campo midiático. No entanto, a experiência de *6-7-8* também colabora para incrementar o capital político do governo Kirchner.

**Palavras-chave:** campo político; campo midiático; midiaticização da sociedade; Grupo Clarín; governo Kirchner; Argentina.

## ABSTRACT

With the transformations generated from the discussions on the Audiovisual Media Law, Argentina experienced a lot of changes in relations between the political and media fields from the conflict between the Kirchner' government and Grupo Clarín. These changes reverberate in an intersection environment where institutions and enunciation devices share new logics taking the mediatization as a reference. This generates new formats and new social practices that can be identified from the empirical analysis of two representative television programs of this conflict environment: 6-7-8 and Journalism for All. We elect, as *corpus* of research, sampling corresponding to the legislative elections of 2013. Through methodological strategies as the televisual analysis, aspects of media coverage and abductive inferences by analogy and homology, we identify an action of instrumental reason in the observed thematics and points to several practices, both in media-communication as media-social perspective, where the circulation effects of the two television programs are noticeable. A mediatized ambience in relations between the political and media fields complexifies the discussion of thematics of the public agenda and changes signs of institutionalization of media, as well as enables new forms of political action groups that were outside the access to the media field. However, the 6-7-8 experience also contributes to increase the political capital of Kirchner' government.

**Keywords:** politics field; media field; mediatization of society; Grupo Clarín; Kirchner' government; Argentine.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama proposto pelo autor para o entendimento da configuração comunicativa que será objeto de análise empírica. ....	17
Figura 2 - Distribuição das participações acionárias do Grupo Clarín antes da apresentação do plano de adequação à Lei de Meios Audiovisuais, em 2013. ....	29
Figura 3 - Mdiatização e nova geografia social. As possíveis direções que a mdiatização da sociedade pode tomar são expressas neste diagrama por Hjarvard (2012, p. 86). ....	79
Figura 4 - Esquema para a análise da mdiatização. Fonte: Verón (1997, p. 15). ....	80
Figura 5 - Diagrama proposto pelo autor para o entendimento da configuração comunicativa que será objeto de análise empírica. ....	82
Figura 6 - Exemplo de estrutura de texto para o título da reportagem a ser exibida. ....	98
Figura 7 - Exemplo de fragmento de programa de televisão, com transcrição de fala considerada relevante pelos produtores de 6-7-8 e presença de convidado ao vivo em tela secundária na parte inferior direita. ....	99
Figura 8 - Exemplo de fragmento de programa radiofônico, com transcrição de fala e imagem dos enunciadores que integram o diálogo. ....	99
Figura 9 - Exemplo de fragmento retirado da web. ....	99
Figura 10 - Exemplo de notícias publicadas na web, com destaque para fragmento de texto. ....	100
Figura 11 - Exemplo de disposição dos integrantes do programa no cenário de 6-7-8, do ponto de vista do auditório. ....	100
Figura 12 - Exemplo de enquadramento para comentário ou entrevista durante o programa ao vivo. ....	100
Figura 13 - Monólogo de Jorge Lanata, na abertura de uma edição de PPT. ....	102
Figura 14 - Esquete humorística durante o monólogo. Na imagem, personagem representa o senador kirchnerista Aníbal Fernández. ....	102
Figura 15 - Jorge Lanata apresenta a reportagem que será exibida no programa. ....	103
Figura 16 - Reportagem exibida em <i>Periodismo Para Todos</i> . ....	103
Figura 17 - Lanata repercute matéria em conversa com jornalista que produz o conteúdo. ....	103
Figura 18 - Jorge Lanata encerra edição com comentários sobre as reportagens ou outras temáticas do programa. ....	104
Figura 19 - Esquema para análise da circulação na perspectiva midiático-comunicacional. ....	145

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Temáticas análogas entre 6-7-8 e PPT .....	94
Tabela 2 - Temáticas homólogas entre 6-7-8 e PPT.....	95
Tabela 3 - Enunciações sobre caso Noble Herrera e Banco de Dados Genéticos .....	113
Tabela 4 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Calças .....	114
Tabela 5 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Discurso na ONU .....	115
Tabela 6 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Entrevistas .....	116
Tabela 7 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Questões de governo.....	117
Tabela 8 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Internação .....	118
Tabela 9 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Alta hospitalar .....	119
Tabela 10 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Propagandas eleitorais .....	120
Tabela 11 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Debates eleitorais.....	121
Tabela 12 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Juan Cabandié e La Cámpora	123
Tabela 13 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Repercussões dos resultados	124
Tabela 14 - Enunciações sobre aplicação da Lei de Meios .....	125
Tabela 15 - Enunciações sobre governo Kirchner e aliados.....	127
Tabela 16 - Enunciações sobre Grupo Clarín e políticos opositores ao governo .....	128
Tabela 17 - Enunciações sobre temáticas transversais .....	130

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2. O ESTADO ARGENTINO E O SISTEMA MUDIÁTICO .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1. Concessões públicas e modelos de televisão: breve histórico .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2. TV Pública .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. Grupo Clarín .....</b>	<b>27</b>
<b>3. GOVERNO KIRCHNER X GRUPO CLARÍN: UM CONFLITO SIMBÓLICO .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2. Conflito agrário: o estopim .....</b>	<b>34</b>
<b>3.3. Lei de Meios Audiovisuais.....</b>	<b>35</b>
3.3.1. A proposta .....	36
3.3.2. Implantação e adequação .....	37
<b>3.4. 6-7-8 x <i>Periodismo Para Todos</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>4. A CONCEPÇÃO DE CAMPOS SOCIAIS .....</b>	<b>47</b>
<b>4.1. O campo político .....</b>	<b>51</b>
<b>4.2. O campo midiático .....</b>	<b>54</b>
<b>4.3 Limites do campo social para a apreensão da midiatização .....</b>	<b>59</b>
<b>5. MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE: ABORDAGENS TEÓRICAS.....</b>	<b>63</b>
<b>5.1. Da cultura massiva para a cultura midiática .....</b>	<b>65</b>
<b>5.2. Lógica de mídia: para além de uma forma.....</b>	<b>68</b>
<b>5.3. Tensionamento: correntes europeia e latino-americana .....</b>	<b>72</b>
5.3.1. Perspectiva semio-antropológica.....	72
5.3.2. Um ponto de vista institucional.....	73
5.3.3. Transposições e co-relações por uma aproximação empírica .....	75
<b>5.4. Operacionalizando a midiatização .....</b>	<b>78</b>
<b>6. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS .....</b>	<b>86</b>
<b>7. ANÁLISE .....</b>	<b>91</b>

<b>7.1. Definição do corpus de pesquisa.....</b>	<b>91</b>
<b>7.2. Análise televisual.....</b>	<b>97</b>
7.2.1. Estrutura do texto .....	97
7.2.2. Temática .....	104
7.2.3. Enunciadores .....	105
7.2.4. Visualidade.....	107
7.2.5. Som.....	108
7.2.6. Edição.....	109
<b>7.3. Temáticas análogas e homólogas .....</b>	<b>110</b>
7.3.1. Caso Noble Herrera e Banco Nacional de Dados Genéticos .....	111
7.3.2. Cristina Kirchner .....	113
7.3.3. Eleições Legislativas .....	119
7.3.4. Aplicação da Lei de Meios.....	124
7.3.5. Temáticas homólogas: entre a deslegitimação e o silenciamento .....	126
<b>7.4. Analogias e homologias teóricas .....</b>	<b>130</b>
<b>7.5. Microescala: uma perspectiva analítica midiático-comunicacional.....</b>	<b>133</b>
7.5.1. Aspectos analíticos da midiaticização.....	135
7.5.2. Circulação midiático-comunicacional.....	145
<b>7.6. Macroescala: uma perspectiva analítica midiático-social.....</b>	<b>147</b>
7.6.1. Aspectos teóricos da midiaticização .....	151
7.6.2. Circulação midiático-social.....	153
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>157</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>163</b>
<b>ANEXO 1 - Lista de temáticas identificadas nas 28 edições analisadas de 6-7-8 e nas sete de <i>Periodismo Para Todos</i> .....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXO 2 - Temáticas análogas e homólogas .....</b>	<b>182</b>
<b>ANEXO 3 - Lista de acesso a todas as edições analisadas de 6-7-8 e <i>Periodismo Para Todos</i>, de 22 de setembro de 2013 a 10 de novembro de 2013 .....</b>	<b>187</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Quando proposto o anteprojeto de pesquisa para o trabalho de dissertação, havia a disposição de entender como se dava a discussão sobre a aplicação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina, sancionada em outubro de 2009 e que, no rigor do texto, implicaria em mudanças relevantes na concentração das concessões públicas de rádio e televisão.

A possibilidade de grandes mudanças no sistema midiático resultou na constante presença do assunto na agenda pública e midiática. Até hoje, a Lei de Meios é bastante discutida no cotidiano de Buenos Aires, como pude perceber por observação exploratória em diversas situações nos dias em que estive na cidade, em dezembro de 2009 e nos outubros de 2011 e 2013, como se pode perceber também ao conferir as notícias dos principais portais e jornais argentinos.

O relacionamento entre os diversos governos e grupos midiáticos é, historicamente, permeado por relações de poder. No capítulo 1, mostra-se como o Estado e as empresas se relacionam desde a chegada da televisão à Argentina, em 1954. Em paralelo à história do país, a televisão evoluiu tecnologicamente e a popularização e as demandas por conteúdo caminharam lado a lado com os presidentes. De Juan Domingo Perón a Cristina Kirchner, transitando entre governos democráticos e ditatoriais, em cada um havia uma particularidade de uso e de importância atribuída à televisão para seus próprios projetos de poder, em diferentes medidas. Em virtude disso, descreve-se a história da TV Pública, a primeira emissora televisiva, e a história do Grupo Clarín, o maior grupo multimidiático do país.

O interesse pelo assunto remonta a uma sequência de pesquisa, que teve início no trabalho de monografia na graduação, quando investigou-se a relação entre o governo Kirchner, o Grupo Clarín e a Associação de Futebol Argentino (AFA) no contexto de uma sociedade midiaticizada. Na ocasião, meses antes de ser sancionada a Lei de Meios, em agosto de 2009, o governo Kirchner, oportunizando-se de uma greve de jogadores do futebol profissional que exigia o pagamento de salários atrasados, negociou diretamente com a AFA a quebra unilateral de um contrato milionário que mantinha com a *Televisión Satelital Codificada* (TSC), empresa que tinha o Grupo Clarín e a *Torneos y Competencias* (TyC) como sócios, para os direitos de transmissão da *Primera Nacional*, a elite do futebol argentino.

O artigo 77 da Lei de Meios Audiovisuais, que à época estava em discussão no Congresso Nacional, falava sobre Direito de Acesso<sup>1</sup> garantido a conteúdos informativos de interesse relevante e a acontecimentos esportivos. Com o argumento de que o futebol era considerado um patrimônio nacional e que, desta forma, seria também uma matéria para o Estado argentino, o governo anunciou a compra dos direitos de transmissão por 600 milhões de pesos anuais, por dez anos, o equivalente a cerca de 70 milhões de dólares numa conversão direta em janeiro de 2015. A verba seria realocada do orçamento destinado à publicidade de governo, e o lucro gerado pela venda de publicidade seria revertido a esportes olímpicos, o que nunca chegou a acontecer. Criou-se, assim, uma forte plataforma de propaganda de ações do governo e também gerou audiência à TV Pública.

À luz da midiáticação, um processo histórico de mudanças sociais propiciadas pela existência, pelo uso e pela constante reapropriação de dispositivos midiáticos comunicacionais, percebeu-se, naquela oportunidade, que a tomada por parte do governo de um produto midiático que até então era usualmente explorado de forma comercial por meios privados significava mais do que uma mera estatização da transmissão do futebol argentino; era uma ação em que o governo Kirchner, integrante do campo político, buscava a sua própria legitimidade no campo midiático, diminuindo a importância da legitimação atribuída pelos demais integrantes do campo.

O episódio da compra dos direitos de transmissão do futebol argentino é fundamental para entender as origens do conflito entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín, que ainda tem como acontecimento relevante o conflito agrário de 2008, o estopim para que a presidência pensasse uma nova Lei de Meios Audiovisuais. Para compreender isto, descreve-se no capítulo 2 o conflito desde a crise agrária, no primeiro semestre de 2008, que por pouco não culminou na renúncia de Cristina à presidência; a percepção da necessidade de um novo marco legal para a regulação de concessões de rádio e televisão; e a criação dos dois programas televisivos que são *corpus* de pesquisa deste objeto de estudo.

---

<sup>1</sup> ARTICULO 77. — *Derecho de acceso*. Se garantiza el derecho al acceso universal —a través de los servicios de comunicación audiovisual— a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos, de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad.

Acontecimientos de interés general. El Poder Ejecutivo nacional adoptará las medidas reglamentarias para que el ejercicio de los derechos exclusivos para la retransmisión o emisión televisiva de determinados acontecimientos de interés general de cualquier naturaleza, como los deportivos, no perjudique el derecho de los ciudadanos a seguir dichos acontecimientos en directo y de manera gratuita, en todo el territorio nacional.

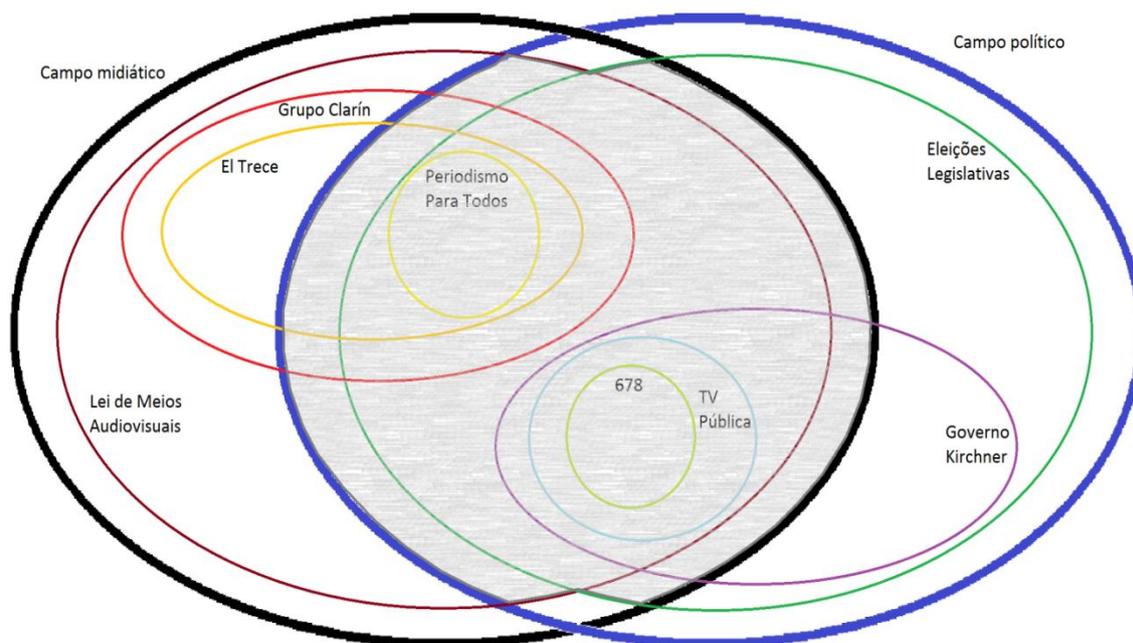
A finalidade desta pesquisa é apontar como o conflito simbólico entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner alterou o regime de funcionamento dos campos político e midiático em sua área de interseção. Ou seja, antes do conflito, havia uma relação próxima entre os dois. O campo midiático não cumpria absolutamente um papel de suporte mediador de tensões entre diferentes campos sociais. Porém, o relativo conforto de grupos midiáticos empresariais na relação com o governo permitia diminuir o tom de oposição, mantendo, assim, certa autonomia na legitimação dos demais campos.

Desta forma, questiona-se, como problema de pesquisa, o seguinte: como atuaram os programas *6-7-8* e *Periodismo Para Todos* ao abordar conteúdos referentes ao campo político e midiático durante a campanha eleitoral para o legislativo argentino de 2013 no contexto de uma sociedade em processo de midiatização?

Dentre os objetivos, estão: analisar as estratégias discursivas utilizadas pelos dois programas para defender seus enquadramentos e posicionamentos eleitorais na disputa pelo Congresso Nacional; identificar, de forma comparativa, o que há em comum e o que é silenciado na atuação dos agentes e nas estruturas dos programas; perceber como processos de midiatização alteram o regime de funcionamento dos campos político e midiático; e analisar as analogias e homologias que ocorrem nos discursos em circulação, a partir das transformações produzidas pela Lei de Meios.

Busca-se, para isso, delinear um campo de observação para tornar possível o entendimento do objeto investigado. No trajeto de pesquisa, um diagrama foi pensado para inter-relacionar as referências de interesse. Como exercício para tornar visível os campos, as instituições e os programas envolvidos na análise, bem como onde se situam os processos de midiatização a serem investigados, alcança-se um diagrama, situado em uma sociedade midiatizada na qual diversos outros campos sociais interagem, mesmo entre estes citados. Salienta-se que não se trata nem possui o objetivo de resumir um sistema completo e complexo como o é, muito menos estritamente situado dentro de círculos com fronteiras claras.

Figura 1- Diagrama proposto pelo autor para o entendimento da configuração comunicativa que será objeto de análise empírica.



Fonte: Elaborado pelo autor

A relevância de analisar os programas durante a campanha eleitoral reside na necessidade de contrapor a atuação midiática não mais como um mediador, como um campo central na relação entre os demais campos, e sim em uma posição participante, em que os interesses são manifestados, enquadrados e posicionados, ainda que o discurso pretenda manter valores de independência e imparcialidade. Desta forma, as eleições são objeto de abordagem interessada, com candidatos preteridos e preferidos e construção de imagens positivas e negativas a depender da abordagem dada a eles.

A sociedade em processo de midiatização denota uma nova forma de atuação que começa a naturalizar a necessidade de distintos campos sociais se posicionarem por meio de processos midiáticos próprios. Há uma ruptura visível do papel governamental nos meios audiovisuais que antes, considerando o campo midiático como central e mediador, buscava inserir-se no jogo midiático do campo das mídias. Agora, ao entender que essas lógicas são essenciais para o próprio campo, busca legitimidade por seu próprio sistema midiático, abrindo mão da mediação de terceiros.

A análise dos dois programas televisivos torna-se particular em função da exclusividade de tal embate entre campos sociais em um horário nobre. A origem e o desenvolvimento dos dois programas remontam à criação da Lei de Meios Audiovisuais, em outubro de 2009 e, por isso, há a necessidade de situar o embate em função dela.

Desde 2008, quando o governo Kirchner e o Grupo Clarín romperam a política de boa vizinhança, os conflitos simbólicos entre os dois sempre estiveram em debate em

vários campos sociais, e um deles é, justamente o campo midiático. Os dois programas manifestam claramente parcela deste embate e, situados no período de campanha eleitoral, posicionam-se de acordo com suas preferências políticas de maneira particular, o que diferencia o conteúdo temático, a presença de personagens políticos e os debates em relação a outros períodos de amostragem.

Como hipótese, a principal delas é que, com a análise do contexto histórico do embate entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner, percebe-se aspectos de uma sociedade em processo de midiaticização: (1) a criação do programa 6-7-8 é a própria atuação política governamental de enfrentamento aos grupos midiáticos sob lógicas midiáticas. (2) 6-7-8 propicia a crítica à mídia sob um formato estritamente midiático: fragmentado e dramatizado, permeado de recursos visuais, sonoros e de edição. (3) Há uma ruptura do papel governamental nos meios audiovisuais que antes ficava restrito ao noticiário político e à divulgação de sessões, atos solenes e de política formal.

O confronto entre 6-7-8 e PPT antagoniza abordagens análogas por meio de uma lógica de razão instrumental. Da mesma forma, identifica-se prática semelhante em temáticas homólogas. Esta lógica interfere na circulação dos enunciados, o que pode gerar incertezas, queda na credibilidade de ambos os programas e reverberar sobre os demais grupos circunscritos, além de propiciar o surgimento de novos coletivos para suprir a lacuna deixada pelo embate.

Após o início do conflito, que perdura, processos de midiaticização afetaram o campo político que, por meio do fortalecimento do sistema público de televisão, incluindo a TV Pública, e da criação de programas como 6-7-8, tomaram para si a participação no jogo midiático, ou seja, buscaram a legitimidade de seus próprios atos políticos por meio de lógicas midiáticas. Por outro lado, *Periodismo Para Todos* destoa do papel ao qual seria incumbido anteriormente ao conflito simbólico, o de suporte de denúncias de corrupção e de crítica à política, assentado em pilares de objetividade, imparcialidade e isenção. Posiciona-se, no entanto, como um ator social, com preferências e críticas parciais, alinhado ao posicionamento do Grupo Clarín.

Na análise do material e das ocorrências temáticas que satisfazem a área demarcada no diagrama acima proposto, identifica-se categorias de análise baseadas nas temáticas dos dispositivos de enunciação em circulação. São quatro grupos temáticos entre os quais é possível traçar uma analogia em torno de um mesmo assunto: Cristina Kirchner, Lei de Meios Audiovisuais, Eleições Legislativas e o caso Noble Herrera e o banco de dados genéticos (que trata sobre a suspeita de adoção de crianças

desaparecidas durante a ditadura por parte de Ernestina Noble Herrera, uma das principais acionistas do Grupo Clarín). Em outra etapa, reúne-se temáticas entre as quais não é possível traçar uma analogia, já que as temáticas são diferentes, porém possuem em comum uma mesma origem, caracterizando-as como homologias. As homologias ajudam a compreender temáticas que são silenciadas por um ou por outro programa e colaboram para perceber a ação de racionalidade instrumental de cada um.

Com a distinção do *corpus* de pesquisa, executa-se a análise em três etapas: na primeira, foca-se na análise televisual para descrever e compreender os recursos utilizados por 6-7-8 e PPT para abordar seus conteúdos de maneira distinta; na segunda, busca-se uma análise de perspectiva midiático-comunicacional, com foco em uma microescala, nas relações entre produção, consumo e recepção; na terceira, em macroescala, analisa-se uma perspectiva midiático-social, que tenta compreender as transformações geradas na dinâmica dos campos e seus atores.

## **2. O ESTADO ARGENTINO E O SISTEMA MUDIÁTICO**

Este capítulo pretende fazer apontamentos sobre o contexto sócio-histórico em que a pesquisa é realizada. Trata-se de uma situação particular de conflito simbólico entre agentes do campo político e do campo midiático. Este conflito acontece na Argentina, que possui uma realidade distinta de outros países e que, por isso, não é transmutável a outra situação.

É em função disto, também, que se encontra o interesse em pesquisar o país. Ainda que tenhamos, no curso histórico, situações semelhantes no Brasil, o presente se distancia em muito do que presenciamos no país vizinho. Se isto é bom ou ruim, não cabe a esta pesquisa apontar.

Inicialmente, então, com base em fontes que se aprofundaram em pesquisas sobre o cenário social e político argentino, evidencia-se algumas características que serão relevantes para o andamento do trabalho de dissertação. O objetivo é ajudar a situar o que significam determinadas ações e configurações percebidas em um âmbito macrossocial e o que elas podem gerar de efeitos em um âmbito microssocial.

Inicialmente, faz-se um panorama sobre a relação entre o Estado e a regulação das concessões públicas audiovisuais desde a chegada da televisão na Argentina, passando pelas diferentes gestões governamentais e códigos de leis e também pela formação dos principais grupos midiáticos e, posteriormente, multimidiáticos naquele país. Os primórdios da televisão portenha se fundem com a história da TV Pública, daí a dupla necessidade de compreender seu percurso. Após, faz-se apontamentos sobre a formação, a estrutura e o crescimento do Grupo Clarín como maior conglomerado multimidiático do país.

### **2.1. Concessões públicas e modelos de televisão: breve histórico**

A relação do Estado com as concessões de rádio e televisão na Argentina podem ser divididas em função da Lei de Meios: antes, pouca restrição, com benefícios às empresas multimidiáticas privadas, pouco controle quanto à propriedade cruzada, à presença de capital estrangeiro e à produção nacional, regional e local; depois, fortalecimento da participação da sociedade civil, regionalização e nacionalização de

conteúdo, desconcentração de oligopólios midiáticos e limitação ao número de concessões públicas por empresas privadas.

Quando os canais 9, 11 e 13 de Buenos Aires foram colocados em concorrência para a concessão pública de serviços audiovisuais, em 1958, a Argentina vivia um período pós-peronista, com mais um golpe militar. O antiperonismo foi um fator chave para início da televisão privada no país. Durante a década de 1950, enquanto a televisão navegava sem prognósticos, as concessões de rádio e televisão se mantinham estatais, sob o controle de Juan Domingo Perón, presidente do país.

A partir das medidas tomadas pelo governo do general Aramburu, em 1957, se conformou um modelo televisivo caracterizado pela iniciativa privada e pela exploração comercial da radiodifusão, o que não foi questionado nem quando os canais voltaram à propriedade estatal, entre 1974 e 1989. Em meados da década de 1960, duas das três principais diretrizes da política comunicacional foram desvirtuadas: a proibição da participação do capital estrangeiro e a formação de redes. Além disso, se gerou uma dependência da publicidade, que traria dificuldades ao sistema no interior do país. O único "êxito", apontado por Mastrini (2009, p. 115), foi a eliminação do peronismo da propriedade dos meios, ainda que não tenha resultado na desaparecimento do peronismo da vida política.

Na década de 1970, com o terceiro governo peronista, entre 1973 e 1976, a política de comunicação governamental buscava um modelo de televisão com maior participação das organizações de trabalhadores do setor, do poder legislativo e de outras entidades, com diminuição da carga publicitária, maior produção nacional e mais conteúdos culturais. No entanto, eram vários os projetos de televisão de serviço público, o que dificultava o consenso. A re-estatização das concessões foi levada a cabo, em 1974, mas o governo peronista teve pouco tempo para implementar tal projeto.

Além de obstruir a ideia próxima à do serviço público, a estatização dos canais viria a ser uma herança valiosa em favor do Processo de Reorganização Nacional, a ditadura de Jorge Videla. Durante o último período ditatorial, a política de comunicação buscava a conformação de um consenso social, com o objetivo de permitir duas ações: a luta repressiva contra os que eram considerados subversivos e a implementação de um novo padrão de acumulação baseado na valorização financeira (POSTOLSKI E MARINO, 2009, p. 187).

O Estado era o maior anunciante, e a geração de condições diferenciadas, outorga de subsídios e a quantidade de dinheiro disseminado no sistema de meios

posicionou o governo como um aliado desejado pelos atores privados (POSTOLSKI E MARINO, 2009). Neste período, a Lei de Radiodifusão nº 22.285 foi decretada, baseada na Doutrina de Segurança Nacional, fundamentada no lucro e sem possibilidades de acesso aos setores populares.

Com o fim da ditadura militar e a redemocratização da Argentina, em 1983, Raúl Alfonsín estava disposto a realizar várias transformações estruturais nas políticas públicas em relação ao que havia sido feito nos oito anos de governo militar. Uma das ações tomadas pelo governo acabou sendo a suspensão do *Comité Federal de Radiodifusión* (COMFER). A ação, no entanto, impediu o acesso de qualquer cidadão argentino a qualquer licença, legalmente, o que atrasou ainda mais a implantação de um novo sistema de meios e possibilitou a criação de rádios ligadas a caudilhos políticos e outras rádios comunitárias que, mais tarde, fundariam o *Foro Argentino de Radios Comunitarias* (FARCO).

Ficou a cargo de Carlos Menem, a partir de 1989, uma série de mudanças no sistema de meios. Com a privatização de concessões de TV aberta, o Canal 7 e as rádios nacionais, ao permanecerem nas mãos do Estado,

não ofereceram perfis diferentes aos privados comerciais, nem tampouco constituíram alternativas para a produção ou difusão de programas elaborados com algum critério de participação social. (MASTRINI, 2009, p. 246-247)<sup>2</sup>

O sistema público se reduziu ao Serviço Oficial de Radiodifusão, integrado segundo a Lei de Radiodifusão por uma rádio e um canal principal, desde a Capital Federal - Radio Nacional e ATC -, uma estação de rádio em cada província, as repetidoras do canal oficial de televisão e as estações de Radiodifusão Argentina ao Exterior.

Com a chegada de Fernando de La Rúa à presidência da Argentina, em 1999, o governo previa, com base na antiga Ley de Radiodifusión, regulamentar alguns artigos da lei, de forma que aumentaria seu poder de fiscalização, com reorganização do COMFER e divisão de administração política com as principais empresas. Conforme Leiva (2009, p. 306), os dois últimos anos do século 20 foram uma tentativa de regular

---

<sup>2</sup> Do original, em espanhol: "no ofrecieron perfiles diferentes a los privados comerciales, ni tampoco constituyeron alternativas para la producción o difusión de programas elaborados con algún criterio de participación social".

o regulado e, ainda, aumentar seus poderes políticos ao dividir a gestão e administração do espectro entre Estado e empresas, o que não chegou a acontecer.

Passado o estopim da crise econômica de 2001 e a renúncia de Fernando de la Rúa, Eduardo Duhalde assumiu a presidência da Argentina e agiu em duas linhas: adotar medidas efetivas para salvaguardar a propriedade dos principais meios privados e garantir sua posição de mercado; e modificar o Código Penal para penalizar a radiodifusão "ilegal" e a suspensão de licenças de todos os meios por 10 anos. No entanto, o governo de Duhalde enfrentou um difícil período de crise econômica e institucional, o que o levou a delinear uma política de apoio ativo ao mapa de meios concentrado.

A era Kirchner significou a maior mudança no sistema de meios audiovisuais do país desde o início da televisão. No entanto, foi apenas na gestão de Cristina Kirchner, a partir de 2008, que o conflito por uma nova lei para regulamentar os meios de comunicação audiovisuais foi levado a cabo. Entre 2003 e 2007, o governo foi "condizente com a preservação e proteção dos interesses dos grupos multimídia mais concentrados, incidindo negativamente nos indicadores da democracia das comunicações" (CALIFANO, 2009, p. 372)<sup>3</sup>.

Alguns avanços foram percebidos, como a modificação do artigo 45 da *Ley de Radiodifusión*, que permitiria o ingresso de setores sem fins de lucro a concessões de radiodifusão, e a melhoras significativas na qualidade e no alcance dos meios públicos, com o lançamento do canal Encuentro e a instalação de repetidoras do Canal 7 pelo país. Apesar disso, medidas como a autorização de fusão entre as duas maiores empresas de TV a cabo do país ajudaram a concentrar poder econômico aos meios privados.

Com a chegada de Cristina Kirchner à presidência, em 2008, uma medida de retenção de exportação de grãos criou uma fissão entre o governo federal e os setores patronais agrários. O episódio é tratado com mais detalhes no capítulo 3.2. O posicionamento midiático tomado pelo Grupo Clarín em relação à medida foi o pressuposto do governo para colocar na agenda formal a possibilidade de uma nova lei que regulamentasse os meios audiovisuais, o que também será tratado no capítulo seguinte.

---

<sup>3</sup> Do original, em espanhol: "conducente con la preservación y protección de los intereses de los grupos multimedia más concentrados, incidiendo negativamente en los indicadores de la democracia de las comunicaciones".

## 2.2. TV Pública

A Televisão Pública da Argentina foi criada em 1951 e nasceu como um empreendimento do Estado. Por iniciativa do empresário Jaime Yankelevich, proprietário e diretor geral da LR3 Radio Belgrano, os equipamentos necessários para o funcionamento das transmissões do novo meio foram adquiridos e começaram a operar.

Pela primeira vez a televisão chegava ao território argentino. Antes disso, apenas outros sete países haviam começado as transmissões: Brasil, México e Cuba, na América Latina; Alemanha, Inglaterra e Estados Unidos, no resto do mundo. No entanto, estima-se que em todo o país não houvesse mais do que 30 receptores, todos na cidade de Buenos Aires.

A primeira transmissão da LR3 Radio Belgrano TV, como era identificada a TV Pública, aconteceu no dia 17 de outubro de 1951 com um fato histórico: o ato pelo Dia da Lealdade Peronista, na Plaza de Mayo, durante o qual Eva Perón pronunciou um discurso para milhares de pessoas em que descartava a possibilidade de se candidatar à vice-presidência sob forte comoção popular. Foi a partir do dia 4 de novembro do mesmo ano que o canal iniciou suas transmissões regulares, com programação das 17h30min às 22h30min.

A Argentina é o sétimo país no mundo a implantar a televisão, mesmo assim a TV argentina nasce com certo atraso em relação ao surgimento de outras tecnologias midiáticas no país.. Conforme Varela (1998, p. 2), "isto produz uma fratura em um imaginário de pioneirismo tecnológico nacional (a Argentina contou com uma indústria gráfica editorial, cinematográfica e radial importante)". Além disso, ela demoraria anos para se desenvolver. O Canal 7 segue sendo o único canal até 1960, quando começam a operar outras emissoras privadas na capital e no interior do país.

A televisão argentina surge como um empreendimento do Estado, mas não seguia modelos com perspectiva de serviço público, sem descartar também a publicidade e a programação comercial. As produções do canal eram centralizadas na capital, Buenos Aires, e os televisores eram objetos caros que foram importados até 1958. Em 1960, então, são licitados canais privados e aparelhos televisores, pouco antes disso, começam a ser fabricados no país, o que barateia o custo.

Durante toda a década, portanto, a televisão não é um meio massivo na Argentina e não há perspectivas de crescimento. Isso permite desenvolver produções

locais importantes. Em função da dificuldade de convocar as estrelas do rádio e do cinema da época, um núcleo bastante jovem realiza suas primeiras experiências no meio. Conforme Varela (1998), este período inicial de produções locais deixaria rastros: a televisão argentina sempre teria que recorrer a programação local para manter índices de audiência elevados, diferentemente de outros canais de televisão latino-americanos.

A partir da década de 1960, a TV Pública adotou a identificação definitiva LS82 TV Canal 7, e foi integrado ao Serviço Oficial de Radiodifusão. A indústria televisiva se expande e nascem outros três canais de TV aberta a partir de concessões públicas para empresas privadas: Canal 9, Canal 11 e Canal 13. Em 1966, após um novo Golpe Militar, Juan Carlos Onganía controla e censura o Canal 7. Em 1969, a TV Pública realizou a primeira transmissão via satélite no país, o que permitiu à Argentina receber ao vivo a transmissão da chegada do homem à lua, em 20 de julho deste ano.

A década de 1970, atravessada novamente por crises e ditaduras militares no poder, cria instabilidades no sistema televisivo. Em 1975 vencem as licenças outorgadas aos canais portenhos, que passam às mãos do Estado. Em 1976, sob o comando de Jorge Videla, o Canal 7 torna-se a ferramenta de comunicação e a voz oficial das Forças Armadas. Em 1979, a produtora criada pelo governo militar para transmitir os jogos da Copa do Mundo de 1978 na Argentina a cores para o resto do mundo, a *Argentina 78 Televisora S/A*, se funde com o Canal 7, formando a *Argentina Televisora Color (ATC)*. Foi em 1º de maio de 1980 que se iniciaram as transmissões a cores no país.

Com a redemocratização argentina, em dezembro de 1983, surge também a necessidade de reorganizar o sistema de radiodifusão do país. O Estado, sob governo de Raúl Alfonsín, iniciou políticas neste sentido, porém não avançou na democratização do espectro televisivo - ainda que vários princípios propostos em sua gestão possam ser percebidos na Lei de Meios em vigor.

No início dos anos 1990, as rádios e a TV Pública tornavam-se repetidoras de conteúdo de Buenos Aires e as rádios do interior do país perdiam autonomia. Isto causou o enfraquecimento dos meios públicos e levou o governo Menem a criar decretos presidenciais que permitissem a contratação de publicidade comercial por emissoras oficiais. Esta medida "reconheceu o pedido de auxílio destas emissoras, que estavam condenadas a sobreviver com os exíguos pressupostos oficiais" (MASTRINI, 2009, p. 247), ainda que tenha levado à acentuação do caráter comercial do sistema de meios do país.

A ATC, desde 1982 com transmissão via satélite, possuía 378 repetidoras em zonas de fronteira, emitindo em sinal aberto uma programação que oscilava entre o cultural e o comercial, mas com um baixo nível de audiência e elevados gastos de produção, com pouca credibilidade (MASTRINI, 2009). Com a nomeação de um novo produtor de entretenimento, Gerardo Sofovich, "se imprimiu uma mudança na programação que desconheceu a tradicional missão de fomento à educação e à cultura assinada por seu estatuto. ATC anunciou em seu slogan: 'Ahora también competimos'". As mudanças, com fins de aumentar a audiência e sanar o déficit operativo, nunca foram cumpridos. Em 1992, um decreto presidencial converteu a ATC Sociedade do Estado em Sociedade Anônima, adotando um modelo de organização similar à atividade privada.

A possibilidade de ver a televisão pública parcial ou totalmente privatizada não foi levada adiante. Porém, a década de 1990 não foi pródiga para a ATC. Enquanto os demais canais de TV aberta fundiam-se com meios gráficos e empresas estrangeiras para acessar ao mercado de TV a cabo, os meios públicos enfrentavam o sucateamento de sua tecnologia. Foi a partir de 2001 que a situação das rádios e TVs públicas começa a melhorar. Naquele ano, Canal 7 começou a formar parte do Sistema Nacional de Meios Públicos (SNMP), junto com a Rádio Nacional, as estações do Serviço Oficial de Radiodifusão, o Serviço Radiodifusão Argentina ao Exterior e a agência de notícias nacional, a Télam, que deixaria o SNMP em 2002.

Com a chegada de Néstor Kirchner à presidência da Argentina, em 2003, os investimentos nos meios públicos aumentaram, houve uma reestruturação tecnológica do Canal 7 e um aumento em extensão e número de repetidoras em todo o país. Esta reestruturação permitiu ao canal um papel culminante na política kirchnerista do século 21, principalmente após o início do conflito entre o governo e o Grupo Clarín.

Como carro-chefe de audiência, o canal veicula todos os jogos do campeonato argentino de futebol da primeira divisão (*Primera Nacional*) e os mais relevantes da segunda divisão (*Primera B*). Em 2009, meses antes de a Lei de Meios Audiovisuais em discussão ser sancionada, o governo de Cristina Kirchner oportunizou-se de uma greve de jogadores profissionais que paralisavam o início dos campeonatos nacionais em função de atrasos no pagamento de salários. A dívida chegava a 40 milhões de pesos e a principal fonte de renda dos clubes, assim como no Brasil, provinha dos direitos de transmissão televisiva. A AFA buscou renegociar o contrato que tinha com a TSC, da qual o Grupo Clarín fazia parte, para cobrir a dívida.

Ao receber a negativa de aumento no contrato de 260 milhões de pesos anuais por parte da TSC, a AFA rompeu unilateralmente o contrato vigente, negociou diretamente com o chefe de gabinete da Presidência e assinou um contrato de 600 milhões de pesos anuais, por dez anos, com o Sistema Nacional de Meios Públicos. O resultado disso foi o fim do sistema pay-per-view para os jogos do campeonato argentino, a retirada do Clarín de um negócio milionário que era uma das principais fontes de renda de suas empresas de televisão por assinatura e a transmissão de todos os jogos da *Primera Nacional* em televisão aberta, ao vivo, o que incluiu uma reorganização da tabela de jogos para que os horários não coincidissem.

Com todas as mudanças postas em prática a partir da proposta de um novo instrumento legal para a regulação de meios audiovisuais, a partir de 2008, o Canal 7 não perdeu seu caráter oficialista de divulgação e repercussão dos atos do Poder Executivo Nacional do país. Hoje denominada TV Publica, mantém o modelo estatal de televisão e encabeça, por meio da TV aberta, um sistema de meios públicos que vão por TVs por assinatura e contemplam programação educativa, infantil, cinematográfica, esportiva e científica integralmente produzida no país.

### **2.3. Grupo Clarín**

A história do Grupo Clarín na Argentina pode ser contada por dois caminhos: sob a ótica econômica e sob a ótica social - e, para este trabalho, é importante também um caminho paralelo: a relação com o governo argentino nestes dois quesitos. Além disso, são feitos alguns apontamentos sobre a relação do grupo com governos anteriores ao kirchnerismo. A este, no entanto, será dedicada atenção maior, já que é um dos focos deste trabalho.

O precursor do Grupo Clarín foi o jornal diário, criado em 1945, por Roberto Noble, em Buenos Aires. A proposta do jornal era ser um diário massivo de cobertura de notícias em todo o país. Desde 1969, com o falecimento de Roberto Noble, sua esposa, Ernestina Herrera de Noble, dirige o jornal e comanda as demais ações que fizeram com que a empresa evoluísse para ser o maior grupo multimidiático do país.

Em 1985, Clarín se tornou o diário de maior circulação do mundo em idioma espanhol<sup>4</sup>, com uma tiragem de 500 mil exemplares. Antes disso, em 1976, ainda

---

4 <http://www.grupoclarin.com/cronologia>

durante a ditadura militar, o diário, em sociedade com outros dois jornais argentinos, *La Razón* e *La Nación*, adquiriram a empresa *Papel Prensa S.A.*, responsável pela produção de todo papel jornal distribuído no país. A aquisição da empresa pelos diários é investigada até hoje por suspeita de irregularidade. Entre várias razões, uma delas é a criação da companhia *Fapel S.A.*<sup>5</sup>, utilizada pelos três diários para comprar parte da *Papel Prensa*, e outra é a suspeita de o negócio ter sido consumado com a anuência da junta militar seguido de ameaças à família do antigo proprietário em função de sua suposta colaboração com grupos *montoneros*<sup>6</sup>.

A partir do fim da década de 1980, o Grupo Clarín começou a organizar-se como um grupo multimidiático. Adquiriu, em 1989, como sócio majoritário, o Canal 13 por meio de licitação, que desde o governo de Isabel Perón, em 1974, pertencia ao Estado - e foi dirigido pelo Exército durante a ditadura militar, entre 1976 e 1983. Foi durante o governo de Carlos Menem, iniciado em 1989, e com sua colaboração que o grupo cresceu e se consolidou como multimidiático.

Carlos Menem foi responsável pela privatização de diversas empresas do Estado e, dentre um conjunto de leis que caminhavam neste sentido, incluía a derrogação de um artigo da Lei de Radiodifusão, em vigor desde 1980, que beneficiaria o Grupo Clarín - assim como outras empresas de comunicação. Foi quando o Grupo Clarín criou a sociedade *Arte Radiotelevisivo Argentino S.A.* (Artear) e obteve a concessão do Canal 13. Menem, no dia da assinatura da concessão, declarou a Ernestina de Noble e Héctor Magnetto - principais acionistas do Grupo Clarín - que se Perón estivesse vivo, também teria privatizado o canal.

A ação em favor da privatização de meios de comunicação de massa aconteceu no primeiro ano de governo e, segundo Mochkofsky (2011), Menem acreditava ter construído uma aliança com o diário, em que haveria promoção de atos do governo e proteção contra práticas controversas. No entanto, o diário sempre tinha uma posição "velada, silenciosa ameaça de se converter em abertamente opositor" (MOCHKOFSKY, 2011, p. 111).

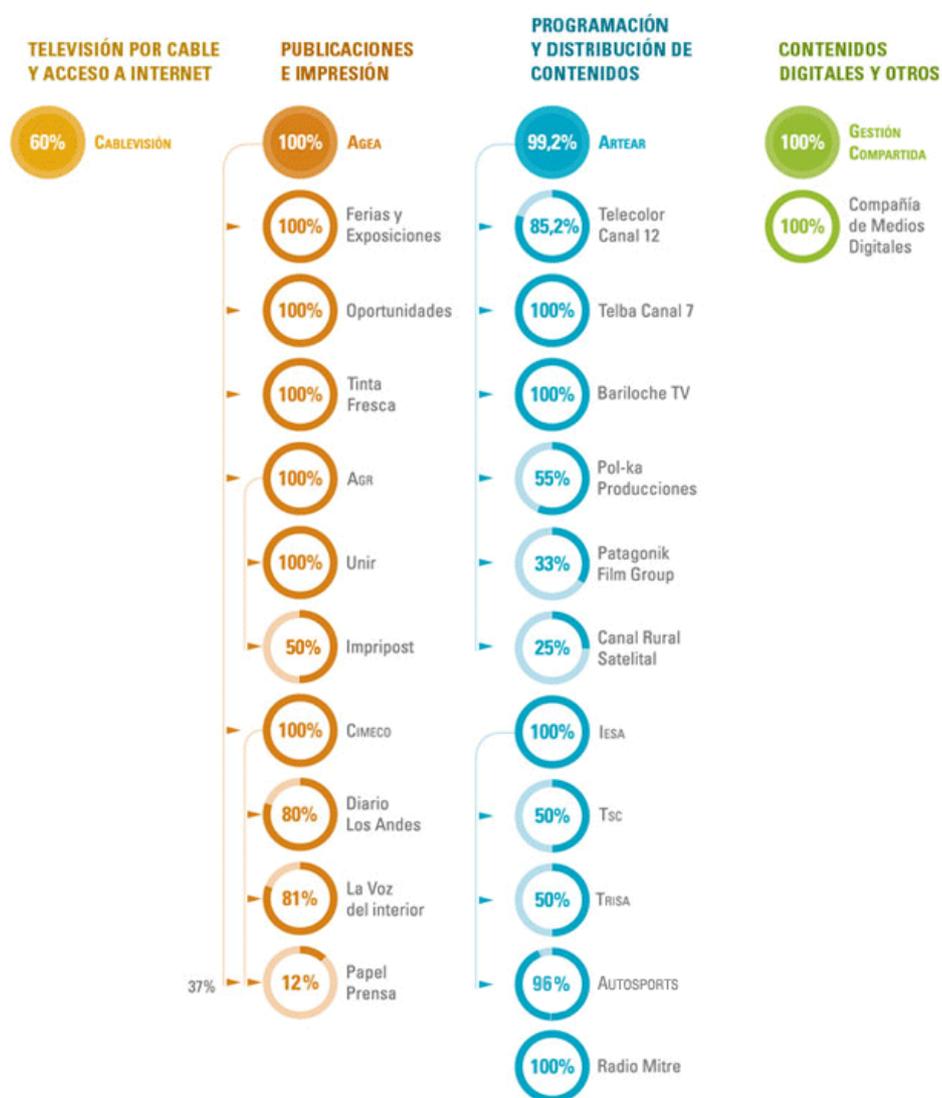
---

5 [http://www.mecon.gov.ar/basehome/pdf/papel\\_prensa\\_informe\\_final.pdf](http://www.mecon.gov.ar/basehome/pdf/papel_prensa_informe_final.pdf)

6 Organização guerrilheira da esquerda peronista que atuou entre 1970 e 1979 com o objetivo de garantir o retorno de Juan Domingo Perón e desestabilizar a ditadura militar que vigorou entre 1966 e 1973. Perdeu o apoio de lideranças peronistas a partir de 1974, quando começou a se desarticular. A partir de 1976, após novo golpe militar, seus integrantes começaram a ser perseguidos e o grupo recebeu a qualificação de "organização terrorista".

Com este empoderamento dado ao Clarín, a empresa cresceu muito na década de 1990. Criou a empresa *Torneos y Competencias (TyC)* e fechou contrato com a *Asociación del Fútbol Argentino* pelos direitos de transmissão até 2014 dos torneios da *Primera Nacional, B Nacional e B Metropolitana*, as três principais divisões do futebol argentino. Com isso, tirou o futebol da TV aberta, o que restringiu o acesso às transmissões das partidas apenas para assinantes de TV fechada. O negócio possibilitou a expansão do Clarín para o setor de televisão a cabo: entre 1992 e 1996 comprou 119 pequenas empresas do interior. Essa rede formou a empresa Multicanal.

Figura 2 - Distribuição das participações acionárias do Grupo Clarín antes da apresentação do plano de adequação à Lei de Meios Audiovisuais, em 2013.



Fonte: <http://www.grupoclarin.com/ir/Informacion-Corporativa/Estructura-Corporativa>.

Acesso em 13 jan. 2015.

A expansão seguiu até a criação do canal de notícias 24 horas *Todo Noticias*, a compra do diário *La Razón*, em Buenos Aires, e outros dois no interior, *La Voz del Interior* e *Los Andes*. Criou também a Prima, empresa provedora de acesso a internet. Em 1995, apresentou-se como Grupo Clarín, ainda que formalmente a formação da sociedade anônima viesse a ocorrer somente em 1999.

Seguiram-se os anos de governo Menem e, ainda no primeiro mandato, começaram a acontecer as primeiras desavenças com o Clarín - mesmo que a relação não tivesse deixado de ser amistosa, conforme Mochkofsky (2011). O desejo de Menem em buscar a segunda reeleição (ou "la re-reelección", como é popularmente chamada a possibilidade na Argentina), posicionou o grupo como opositor - o que já havia acontecido quando Menem buscou a reeleição, inconstitucional até 1993. Em decorrência disto, Menem procurou o apoio midiático por meio de acordos que fortaleceram a concorrência do Clarín.

Tratava-se do *Citicorp Equity Investments* (CEI) que, em poucos anos, possuía 30% das ações da Multicanal, 65% da Cablevisión, 30% da TyC, 42% da Telefé, além de outros negócios, e também se ofereceu para comprar 25% do diário Clarín, o que o acionista Héctor Magnetto negou. Em Multicanal, a rivalidade com os acionistas da CEI levou o Clarín a comprar 70% das ações da empresa. Na ocasião, 18% do Grupo Clarín foi vendido ao fundo de investimentos norteamericano Goldman Sachs, o que se mantém até 2015.

As relações com os breves governos seguintes até a chegada de Néstor Kirchner à presidência foram mantidas entre a proximidade e a tensão. No entanto, o período de crise não foi também o período mais pródigo para o crescimento do Grupo Clarín. A criação formal do grupo, em 1999, tinha como vistas o acesso ao mercado internacional de capitais. Em função das crises, isso só se concretizou em 2007. O período foi pródigo, sim, para o aumento na credibilidade atribuída pela população a instituições como a mídia e a religião. Enquanto estes índices se mantinham altos, a confiança nas instituições políticas e nos políticos despencava. Neste contexto, surge a figura de Néstor Kirchner. E a relação do Grupo Clarín com o governo se intensifica e, ao mesmo tempo, tensiona, quando da chegada de Cristina Kirchner ao poder.

Em março de 2014, o Grupo Clarín possuía quatro principais acionistas, que juntos detinham 70,99% das ações: Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magnetto, José Antonio Aranda e Lucio Rafael Pagliaro. O restante se dividia entre 8,75% da *Booth American Company Investment LLC*, do investidor americano Ralph F. Booth (que

comprou as ações da *Goldman Sachs* em 2012 e possui poder de voto) e 20,26% de capital flutuante nas bolsa de valores de Buenos Aires e de Londres.

Após a sentença de constitucionalidade proferida pela Corte Suprema em outubro de 2013, o Grupo Clarín avançou com o cumprimento da lei por meio de um plano de adequação de divisão empresarial do grupo em seis empresas distintas, por meio da qual mantém a totalidade das licenças audiovisuais de TV aberta, TV a cabo e rádio. O plano foi aprovado pela Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (Afsca) em 17 de fevereiro de 2014, data a partir da qual o Clarín possuiria um prazo de 180 dias para completar o processo de transferência.

O prazo venceu e a AFSCA procedia à "adequação por ofício" (quando o órgão decide, por conta própria, que bens devem ser vendidos ou não). A alegação era a de que foram identificadas conexões que violavam a lei em duas das seis unidades de negócio propostas pelo grupo. Eram mencionados advogados que, fora dessas empresas, tinham vínculos empresariais. Além disso, acionistas do Clarín apareciam em sociedades comerciais cuja propriedade era compartilhada com os mesmos advogados.

No entanto, o Clarín foi à justiça novamente e, em primeira instância, no dia 31 de outubro de 2014, uma medida cautelar suspendeu a adequação por ofício por seis meses, garantindo a propriedade das concessões de rádio e TV ao grupo. A AFSCA buscou na Corte Suprema uma manobra de *per saltum*, que consistiria na revogação da medida cautelar por parte da corte, pulando instâncias judiciais, mas o pedido foi negado no último dia do ano.

### 3. GOVERNO KIRCHNER X GRUPO CLARÍN: UM CONFLITO SIMBÓLICO

Desde 2003, quando Néstor Kirchner assumiu a presidência da Argentina, o crescimento econômico do país era constante. Após a população ter sido imersa em várias crises, que chegaram a causar a renúncia do presidente Fernando de La Rúa, em 2001, Kirchner chegou ao poder em meio a um processo eleitoral particular: dentre 19 candidatos, três deles eram do mesmo partido, o Partido Justicialista (PJ), fundado por Juan Domingo Perón e corrente política argentina mais proeminente nos períodos democráticos da segunda metade do século 21. Na disputa estavam Néstor Kirchner, Carlos Menem e Adolfo Rodríguez Saá, todos do mesmo partido, mas de correntes ideológicas distintas.

O PJ “havia se convertido no fim dos anos 90 em uma sociedade de partidos provinciais peronistas sem horizontes ideológicos nacionais” (SIDICARO, 2011, p. 75), e essa situação se refletia na disputa eleitoral. Os dois primeiros avançaram a um segundo turno – Kirchner, com 22% dos votos e o apoio do então presidente Eduardo Duhalde; e Menem, com 24,3% dos votos, mas com uma rejeição muito grande por parte do eleitorado: 56%, segundo o Instituto Rover e Associados, no dia 22 de abril de 2003. Antes das eleições de segundo turno, as pesquisas apontavam entre 60 e 70% de intenções de voto para Kirchner. A derrota iminente resultou na renúncia de Menem à candidatura à presidência e, dessa forma, Néstor Kirchner foi eleito presidente com a menor votação da história do país.

O governo atingiu altos níveis de popularidade, beneficiado pela fragmentação social existente e pelo carisma de Kirchner. Sidicaro (2011) afirma que, ao liderar um governo apartidário, o presidente pôde reunir adesões de pessoas e grupos alheios ou hostis ao peronismo, além de atores coletivos como defensores dos direitos humanos, organizações sociais, sindicatos, empresários, dirigentes de partidos em crise e partidos peronistas provinciais. O programa de governo era pensado durante o mandato, e a própria identificação do governo era definida com o neologismo “kirchnerismo”, na contramão de linhas políticas que falam sobre o trabalhismo, o progressismo, o desenvolvimentismo.

Na Argentina esse tipo de neologismo formado a partir de um sobrenome tem sido usual para designar grupos ou correntes políticas que, sem ofertar princípios programáticos bem definidos, fazem do pedido de adesão a um

indivíduo e aos que lhe destacam seu emblema principal. (SIDICARO, 2011, p. 83)

Como plataforma de campanha, havia a decisão de recuperar o controle de atividades privatizadas na década de 1990. Essa disposição gerou tensões, mas demarcou a característica governamental de se distanciar do neoliberalismo. A gestão feita por Néstor Kirchner entre 2003 e 2007 atingiu, em dezembro deste ano, um índice de 57% dos entrevistados que consideravam que o governo estava resolvendo os problemas do país ou sabia como fazer, mas necessitava mais tempo, segundo o índice de confiança medido mês a mês pela *Universidad Torcuato di Tella*. O índice demonstrava a confiança popular na sucessora de Néstor, sua esposa, Cristina Fernández de Kirchner.

A gestão de Néstor Kirchner se manteve em afinidade com o campo midiático do início ao fim do mandato. O país vivia um período de crescimento econômico em diversos setores, exemplificado pelo PIB: um crescimento de 95% desde 2003, segundo o Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) – entidade que era questionada no primeiro semestre de 2013 por suspeita de distorcer índices econômicos, como a inflação. Às vésperas das eleições presidenciais, em 2007, a relação entre o Grupo Clarín era boa. No entanto, Clarín e governo divergiam quanto à escolha da Frente para la Victoria de lançar Cristina à presidência. A situação permitia que Néstor Kirchner pudesse se candidatar à reeleição. No entanto, o projeto kirchnerista previa uma alternância de poder entre o casal na Presidência da República, de forma a buscar a perpetuação no poder (MAJUL, 2009).

Ainda assim, impulsionada pela aprovação a Néstor Kirchner, a então senadora pela província de Buenos Aires ascendeu à presidência com vitória em primeiro turno, com 45,3% dos votos. Na Argentina, a vitória em primeiro turno pode ser alcançada quando o candidato alcançar mais de 45% dos votos válidos.

Para garantir uma boa gestão a Cristina, havia, no entendimento de Néstor, a necessidade de uma boa relação com o campo midiático. Em dezembro de 2007, uma medida que futuramente viria a se tornar contraditória demarcou a necessidade dessa boa relação: no dia 7 daquele mês, último dia de governo de Néstor Kirchner, foi assinada pelo então ministro do Comércio, Guillermo Moreno, a fusão entre duas operadoras de TV a cabo, a Cablevisión e a Multicanal. Juntas, elas representariam 47%

do mercado nacional do setor. Conforme Majul (2009, p. 381), Kirchner diz: “Eu dou parte do que *Clarín* busca e Magnetto me deixa governar tranquilo”.

### **3.2. Conflito agrário: o estopim**

A dissonância entre o *Grupo Clarín* e o governo Kirchner se tornou mais evidente a partir de 2008, quando no primeiro ano de mandato a presidente Cristina determinou um aumento nos impostos sobre exportação de grãos da Argentina. Majul (2009), no entanto, relata que o conflito teria começado antes, ainda no início do mesmo ano, quando se descobriu que o Governo tinha informações privilegiadas da capa do jornal do dia seguinte, repassadas por um jornalista infiltrado na redação do *Clarín*. O país vivia um crescimento econômico desde 2003, ano de posse do presidente Néstor Kirchner, impulsionado pelo setor agrícola e pela demanda industrial brasileira. O aumento nos impostos foi uma forma que o governo criou para se utilizar dos lucros de um setor em franca expansão e aumentar o superávit fiscal.

No entanto, a medida presidencial foi o estopim para a maior crise na gestão kirchnerista até então. A Resolução 125/2008 do dia 12 de maio de 2008 determinava um sistema de retenções móveis para a exportação agrícola (trigo, milho, soja e girassol), proporcional ao preço internacional das commodities. A medida desagradou a sociedade patronal agrária, que uniu grupos distintos de representação e iniciou uma série de paralisações com o intuito de forçar a suspensão da resolução. O trancamento de rodovias por tempo indeterminado e as paralisações no campo começaram a prejudicar a economia. Sarlo (2011) afirma que, como resultado das mobilizações, houve um entendimento por parte de setores de classes médias urbanas de que o conflito agrário era democrático e institucional, e se posicionaram em nome da oposição, a favor da elite rural: “rodearam aos chacareiros e aos grandes produtores de soja como se fossem uma súbita vanguarda republicana” (SARLO, 2011, p. 215-216).

O conflito agrário se tornou também urbano, tanto pelos que produziam bens e serviços no interior quanto pelos grandes centros, e se desenvolveu em sua dimensão simbólica. Neste momento, a cobertura midiática de meios privados se posicionava em favor das entidades patronais agrárias, para desgosto dos Kirchner. O Grupo Clarín, aliado até o início do mandato de Cristina, tornava-se o alvo. “Se tem repetido até o cansaço que Kirchner foi amigo do Grupo Clarín enquanto convergeram seus interesses

e que virou inimigo por causa da linha difundida pelo diário durante o conflito agrário” (SARLO, 2011, p. 217).

Naquele período, a presidente Cristina enfrentava os menores índices de aprovação por parte do eleitorado desde o início da era Kirchner, contabilizando também a gestão de seu marido Néstor Kirchner, que assumira o poder em 2003. A crise de gestão se agravava também pelo posicionamento do vice-presidente Julio Cobos em favor dos ruralistas, o que, segundo Majul (2009), por pouco não resultou na renúncia da presidente. O atrito entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner se tornou mais evidente a partir deste conflito.

### **3.3. Lei de Meios Audiovisuais**

A Lei de Meios Audiovisuais foi sancionada e promulgada na Argentina em 10 de outubro de 2009. Baseada em princípios de liberdade de expressão e pluralidade, os 21 pontos básicos que norteiam a redação da Ley nº 26.522 foram debatidos e definidos no dia 27 de agosto de 2004, quando a *Coalición por una Radiodifusión Democrática*, formada por um grupo de sindicatos, universidades, organizações sociais, rádios comunitárias, pequenas rádios comerciais e órgãos de direitos humanos, se reuniu para construir a base de uma nova lei.

O documento viria a substituir a antiga lei nº 22.285, de 15 de setembro de 1980, promulgada no governo do ditador Jorge Videla, baseada em princípios da Doutrina de Segurança Nacional, política norte-americana voltada a países da América Latina como forma de conter a expansão do comunismo no contexto da Guerra Fria.

A diferença do teor textual é uma das características que demarcam a mudança na dinâmica de funcionamento dos meios audiovisuais argentinos a que se propõe a lei atual, restringindo práticas monopólicas e mudando a forma de administração e o órgão regulador de tais atividades, dentre várias outras mudanças. Em decorrência disso, houve a resistência por parte dos grupos midiáticos afetados pela aplicação da lei, conflito simbólico esse que percorreu mais de quatro anos em uma guerra de medidas cautelares na Justiça, que suspendiam artigos da lei. Após a sentença de constitucionalidade de todos os artigos da lei, em 2013, uma nova disputa judicial teve início em outubro de 2014 e deve percorrer o ano eleitoral de 2015.

### 3.3.1. A proposta

A implantação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina conta com a determinante participação da *Coalición por una Radiodifusión Democrática*, que reivindicava um novo marco legislativo para a regulação dos serviços de comunicação audiovisual do país. A inserção da pauta da regulação dos meios de comunicação na agenda pública e formal se deveu a vários fatores de um contexto de conflito entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín. Mais do que no próprio conflito, a *Coalición* trabalhava para isso desde 2004, quando o documento base para lutar por uma nova lei de regulação dos serviços audiovisuais foi formado. Eram os “*21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación*”, documento que nortearia anos depois, de 2008 a 2009, o projeto de Lei Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual criado e proposto pelo Poder Executivo para substituir a antiga Lei de Radiodifusão.

A primeira etapa de ação e militância da *Coalición* começou em agosto de 2004 e durou até maio de 2005. Em duas frentes, o grupo impulsionou atividades para difundir e debater o documento, assim como a prática de *lobby* ante os poderes do Estado (SEGURA, 2011, p. 99). Conforme entrevistas realizadas pela autora com integrantes da *Coalición*, mudanças no sistema de meios não estavam na agenda do governo - afirmação dada por ministros do Executivo Federal. Em maio de 2005, então, Néstor Kirchner emite o decreto 527, que suspende por dez anos o vencimento das licenças aos proprietários de concessões públicas audiovisuais, o que desanima e desarticula o movimento. Apesar disso, os movimentos atuaram dentro de seus próprios objetivos e, no mesmo ano, quando Néstor Kirchner concedeu licença de uma rádio AM às *Madres de Plaza de Mayo*, representantes da *Coalición* ouviram do presidente, sobre a necessidade de mudar a Lei de Radiodifusão: “isto, Cristina vai fazer” (BUSSO e JAIMES, 2011, p. 25).

Neste contexto, Cristina inicia seu governo na presidência em 2008 e enfrenta, nos primeiros meses, um conflito que seria chave para a entrada em definitivo da pauta sobre a regulação dos meios no país e para o protagonismo da *Coalición* – o conflito agrário<sup>7</sup>.

---

7 Os meios de comunicação, em especial o Clarín, posicionaram-se ao lado dos produtores rurais. Este posicionamento, conforme Segura (2011), Busso e Jaimes (2011) e outros autores, foi o que motivou o Poder Executivo a questionar a estrutura e o funcionamento do sistema de meios no país, e o que impulsionou um observatório da discriminação nos meios e uma proposta de nova lei de serviços de comunicação audiovisual.

Num movimento quase concomitante, a pauta ingressa na agenda pública e na agenda formal, e a *Coalición*, como legitimado ator coletivo por parte do governo, é quem capitaneia a criação de um novo instrumento legal para regulação dos meios. Adquire, portanto, protagonismo nas decisões sobre a pauta, que alcança a agenda pública o suficiente para serem legitimados e terem visibilidade até mesmo pelo Clarín (SEGURA, 2011, p. 101), que destaca o consenso alcançado por organizações da sociedade civil plurais, diversas e de alcance nacional. Duas semanas depois, no entanto, a tentativa era deslegitimá-lo: tratava-se da dependência do governo e da irrelevância de seus integrantes.

### 3.3.2. Implantação e adequação

Em 2008, o conflito agrário rendeu uma forte derrota ao governo, quando o vice-presidente Julio Cobos, presidente em exercício na ocasião, por voto de minerva no Congresso decidiu em favor dos ruralistas. Passado o desgaste, o debate público sobre a regulação dos meios diminuiu, e a *Coalición* tratou de reativá-lo, ao exigir ação por parte da presidência em duas oportunidades ainda em 2008.

Em março de 2009, o Poder Executivo apresentou publicamente a Proposta de Projeto de Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual. Nos quatro meses seguintes, a *Coalición* organizou audiências públicas em todas as províncias, de onde saíram propostas de modificação e inclusão de novos tópicos. Foram mais de 100 modificações entre o projeto original e o votado no Congresso.

No projeto de lei apresentado ao Congresso Nacional, um quadro comparativo entre a Lei de Radiodifusão de 1980 e a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual é apresentado como um resumo prático e didático sobre que mudanças implicam a segunda sobre a primeira. Com base nestas mudanças, elencamos algumas já em exercício e outras que, quando regulamentadas, poderão ter importante espaço democrático no sistema de meios.

Com a aplicação da lei em vigência, algumas mudanças já podem ser percebidas. No entanto, há uma vasta gama de alterações que necessitam um aprofundamento sobre a situação midiática na Argentina. O completo cumprimento da lei, por exemplo, pode alterar em muito a situação de concentração dos meios e a descentralização dos serviços audiovisuais no país. O Clarín possui 240 licenças de rádio e TV no país (incluindo canais de TV a cabo, o que, de acordo com a nova lei, é absorvido pela necessidade de

adequação). Se a lei for declarada constitucional na sua totalidade, e se novos recursos em favor do Clarín não forem efetivados – como é o caso da lei de meios de âmbito municipal, proposta pelo governador da província de Buenos Aires, Mauricio Macri<sup>8</sup>, e da província de Córdoba, José Manuel De La Sota<sup>9</sup> - o grupo midiático sofrerá um abalo considerável em sua estrutura econômica, sendo obrigado a se desfazer de 90% de suas concessões atuais de rádio e TV. De acordo com as propostas destes governadores, abertamente apoiadas pela oposição ao kirchnerismo e pelos meios de comunicação empresariais, os projetos protegeriam os grupos midiáticos situados nas duas províncias, eximindo de cumprimento à lei federal.

A Lei de Meios cria seis novas instituições, responsáveis por administrar, fiscalizar e regular o sistema de comunicação audiovisual argentino: Autoridade Federal de Serviços de Comunicação (AFSCA), Conselho Federal de Comunicação, Conselho Assessor da Comunicação Audiovisual e da Infância, Comissão Bicameral de Promoção e Seguimento da Comunicação Audiovisual, Defensoria do Público de Serviços de Comunicação Audiovisual e Conselho Consultivo Honorário dos Meios Públicos.

O sistema e a pluralidade de vozes democratizam o espaço de debate sobre os serviços de comunicação audiovisual do país, ainda que o presidente da AFSCA seja nomeado pelo Poder Executivo. No entanto, o órgão permite a participação da oposição por meio de representantes das três maiores bancadas do Congresso Nacional. Neste caso, o conflito entre o campo midiático e o campo político se manifestou em novembro de 2012, quando o parlamentar de oposição ao kirchnerismo Alejandro Pereyra, designado para fazer parte da AFSCA, teve sua designação bloqueada pelo governo após ser questionado por entidades da sociedade civil<sup>10</sup> pela sua participação como advogado de empresas midiáticas e por falsificar dados de seu currículo. A impugnação gerou conflitos políticos entre o Legislativo e o Executivo, após o Clarín noticiar<sup>11</sup> que partidários da oposição (Frente Ampla Progressista) criticaram Cristina por bloquear a participação de vozes contrárias no órgão administrativo dos meios.

O artigo que fala sobre conteúdos de interesse público é relevante para corroborar ações governistas que confrontaram diretamente o Grupo Clarín. Aliás, essa é uma das grandes ressalvas quanto à efetividade da Lei de Meios, que traz uma gama de inovações democráticas ao setor, porém é contaminada pelo enfrentamento explícito

---

8 <http://www.lanacion.com.ar/1582116-macri-busca-frenar-con-un-decreto-la-ofensiva-contra-los-medios>

9 <http://www.lanacion.com.ar/1583047-de-la-sota-anuncio-un-proyecto-de-ley-para-proteger-la-libertad-de-prensa>

10 <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-208509-2012-11-24.html>

11 [http://www.clarin.com/politica/Bloquean-designacion-director-oposicion-AFSCA\\_0\\_816518469.html](http://www.clarin.com/politica/Bloquean-designacion-director-oposicion-AFSCA_0_816518469.html)

em querer enfraquecer o conglomerado acima da plena aplicação da lei, através dos vieses possíveis de ação política. Dentro de interesse público, o artigo 77 da Lei de Meios fala sobre a necessidade de garantir o direito ao acesso universal de conteúdo informativo relevante e de acontecimentos esportivos, encontros futebolísticos ou outro gênero esportivo.

Com base neste artigo e em um suposto plano de enfraquecimento econômico do Grupo Clarín – um dossiê, conforme Majul (2009) –, o governo argentino negociou com a Associação de Futebol Argentino (AFA) a compra dos direitos de transmissão de todas as partidas de futebol da Primeira Divisão Nacional. Como “carro-chefe” da programação, a transmissão futebolística foi responsável pela reestruturação da TV Pública, reorientou a pauta publicitária a partir de um negócio de 600 milhões de pesos anuais durante 10 anos. Mais do que isso, forçou uma decisão unilateral por parte da AFA de romper um contrato com a TyC Sports que já durava mais de 10 anos. À época, no contrato firmado entre a AFA e a Chefatura de Gabinete de Ministros, houve a promessa de que o valor que excedesse 600 milhões de pesos de arrecadação seriam 50% direcionados ao esporte olímpico e amador. Até hoje, a publicidade arrecadada com o programa Fútbol para Todos nunca excedeu o valor anual do contrato e o direito de transmissão das competições é cedido às emissoras alinhadas ao governo. O descompasso rende um projeto de lei<sup>12</sup> em debate na Câmara de Deputados para que haja cessão onerosa de no mínimo 70% dos direitos de transmissão das competições esportivas a outros canais de TV aberta com o objetivo de diversificar a arrecadação publicitária.

Mais do que um conteúdo de interesse público, o programa Fútbol para Todos é o principal produto midiático do governo para fazer frente à audiência do *Canal Trece* com o programa *Periodismo Para Todos*, transmitido no domingo à noite e que, semana após semana, tem denunciado esquemas de corrupção no governo<sup>13</sup>. É também uma das ferramentas utilizadas para explicitar o conflito simbólico, por meio de peças publicitárias como o 7D<sup>14</sup>, uma referência à data de 7 de dezembro de 2012, tida como limite para que o Grupo Clarín se desfizesse das licenças excedentes ao que dizia a lei.

---

12 <http://www1.hcdn.gov.ar/proyxml/expediente.asp?fundamentos=si&numexp=8497-D-2012>

13 <http://www.lanacion.com.ar/1583926-admiten-que-cambian-los-horarios-del-futbol-por-el-rating-de-lanata>

14 <http://www.lanoticial.com/noticia/7d-el-video-de-cristina-contra-clarin-por-la-ley-de-medios-en-futbol-para-todos-54442.html>

### 3.4. 6-7-8 x *Periodismo Para Todos*

A confrontação entre os dois programas cria um falso dualismo de atuação midiática que, hoje, faz parte da cena cultural televisiva argentina. Os programas alcançam altos índices de audiência<sup>15</sup> nos domingos à noite. No período de campanha eleitoral até a definição dos resultados legislativos, entre 22 de setembro e 3 de novembro de 2013, PPT manteve no mínimo 12 pontos, alcançando 15,9 na edição do dia 6 de outubro; já 6-7-8, no mesmo período, alcançou picos de 6,8 pontos em duas edições dominicais. Ainda que mantenha uma média geral de 3,5 pontos no período, aos domingos a média se eleva, chegando à vice-liderança de audiência entre programas jornalísticos - atrás, apenas, de PPT.

6-7-8 é um programa televisivo de crítica midiática<sup>16</sup>. Consiste em uma mesa redonda composta por um apresentador, quatro debatedores e um convidado que se junta a eles a cada programa. 6-7-8 vai ao ar desde abril de 2009 pela TV Pública e é realizado pela produtora *Pensado Para Televisión*. É transmitido ao vivo dos estúdios do canal estatal com presença de auditório no local. Na palavra do idealizador e produtor do programa, Diego Gvirtz, a ideia do programa é mostrar, desde um lugar crítico, como se articula esse discurso hegemônico nos meios: "na realidade, mais que ser um programa político, 6-7-8 é um programa de meios, ainda que neste momento fazer um programa sobre meios implica por sua vez fazer um programa político" (OLIVÁN E ALABARCES, 2010, p. 223)<sup>17</sup>.

Cada edição dura em média de 45 minutos a uma hora. O programa é estruturado e dividido por temáticas de debate. Vídeos com duração média de 5 minutos são exibidos para ilustrar a discussão. Nestes vídeos, são feitas montagens com vozes de vários veículos do campo midiático em que são expostas as formas e as contradições vistas na abordagem de uma mesma temática. A locução é permeada por ironias e sarcasmos, e as montagens unem trechos de programas radiofônicos, televisivos, sites

---

15 Conforme o site do Ibope na Argentina, um ponto de audiência "expresa la población promedio que mira un programa o un canal durante cada minuto de su emisión". Um ponto de audiência, por si só, não é capaz de definir a quantidade de pessoas ou lares que estão sintonizados no programa, já que isso depende do target. "Hay 2450 people meters para medir audiencia de TV y más de 4600 panelistas en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Rosario. Adicionalmente IBOPE MEDIA Argentina cuenta con 3600 cuadernillos de TV en los principales mercados del interior (Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca, Santa Fe / Paraná y Alto Valle)". Disponível em: <http://www.ibope.com.ar/ibope/wp/preguntas-frecuentes>

16 O título do programa fazia alusão ao número de pessoas que participava do programa no Canal 7 às 20h (Seis en el Siete a las Ocho).

17 Do original, em espanhol: "en realidad, más que ser un programa político, 678 es un programa de medios, aunque en este momento hacer un programa sobre medios implica a la vez hacer un programa político".

de notícias e recortes de diários e revistas impressos. É categorizado como programa jornalístico de acordo com o site oficial.

No livro “6-7-8. La creación de outra realidade”, o cientista social Pablo Alabarces justifica o porquê de se tomar o programa como objeto de estudo:

(...) analisar um programa de televisão nunca pode ser um objetivo em si mesmo. (...) Um programa nunca é um tema: é somente o caso que nos permite, através de sua análise, produzir interpretações mais amplas, que excedem o objeto analisado. A análise comunicacional e cultural - assim é como gosto de chamar meu trabalho - consiste em privilegiar determinados objetos para submetê-los a uma leitura em profundidade em correlação com outras séries: política, histórica e social. (...) 6-7-8 é então, desde esta perspectiva, um lugar para ler a cultura, a política e a comunicação de massa contemporânea na Argentina. (OLIVÁN E ALABARCES, 2010, p. 201-202)<sup>18</sup>

O programa PPT é exibido pela televisão aberta no *Canal Trece*, de propriedade do Grupo Clarín. Não é um programa de debates, mas sim uma mescla de jornalismo, humor e opinião, com proposta de interatividade com redes sociais. É apresentado por Jorge Lanata, que conduz e possui autoridade opinativa sobre o programa. Ele é fundador de dois diários e três revistas de tiragem nacional e condutor de programas televisivos em horário nobre e autor de diversos livros, além de já ter ganho dezenas de prêmios pelo seu trabalho jornalístico.

PPT foi criado em abril de 2012. Desde então, alcançou a liderança de audiência nas últimas duas edições em 2012 e manteve-se na liderança geral por 15 domingos consecutivos em 2013, perdendo a posição no segundo semestre quando competia com o futebol. Sucessivamente, também, exhibe reportagens com escândalos de corrupção e denúncias contra o governo Kirchner e seus aliados. Jorge Lanata se intitula, a ele e a seu programa, como neutro e independente. Porém, a dissonância entre governo e Clarín criam uma físsura clara quando se analisa o conteúdo deste programa.

---

18 Do original, em espanhol: "analizar un programa de televisión nunca puede ser un objetivo en sí mismo. (...) Un programa nunca es un tema: es solamente el caso que nos permite, a través de su análisis, producir interpretaciones más amplias, que exceden el objeto analizado. El análisis comunicacional y cultural – así es como me gusta llamar a mi trabajo – consiste en privilegiar determinados objetos para someterlos a una lectura en profundidad en correlación con otras series: política, histórica y social. (...) 678 es entonces, desde esta perspectiva, un lugar donde leer la cultura, la política y la comunicación de masas contemporánea en la Argentina".

No fim de 2013, um dos apresentadores de 6-7-8, Carlos Barragán, publicou uma coluna em seu blog<sup>19</sup> criticando um artigo de dois professores de Comunicação Social publicado no jornal Página 12 que se dedicava a comparar seu programa com PPT<sup>20</sup>. A virtude desta comparação é posicionar ambos os programas como formas de atuação de cada um dos veículos – e mais amplamente, de cada um dos campos sociais aos quais integram – para defenderem seus pontos de vista, quebrando o paradigma da imparcialidade e da neutralidade sob a ótica da sociedade em processo de midiaticização e da disputa por poder simbólico.

Isto é possível afirmar tendo em vista a leitura que cada um dos programas faz sobre temáticas em comum, com uma abordagem bastante crítica ao governo, no caso de PPT, e outra bastante oficialista, no caso de 6-7-8. Porém, há distinções na forma como isso ocorre. 6-7-8 produz montagens com base em arquivos e põe em contradição os diversos discursos midiáticos, inclusive os discursos do programa PPT. São raras as reportagens produzidas originalmente por 6-7-8, enquanto que em PPT a cada semana há uma série de reportagens de temas políticos, intercaladas com quadros de humor, todos produzidos pelo próprio programa, que, na maioria das ocasiões, faz sátiras de personagens da política argentina.

O que tem a ver, então, os campos sociais e o processo de midiaticização da sociedade com a exibição destes programas?

De acordo com a aplicação destes referenciais teóricos à situação comunicacional e cultural do que ocorre hoje na Argentina, percebe-se que a distinção entre os campos sociais político e midiático avançou no sentido de entender certos suportes integrantes destes meios não mais apenas como suportes, e sim como atores de uma determinada representação ideológica. O conflito simbólico entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner, na Argentina, desde a concepção da Lei de Meios Audiovisuais, em meados de 2008, criou um novo momento para a discussão sobre os meios de comunicação no país.

A discussão política sobre a criação de um novo marco legal para regular a distribuição dos meios de comunicação audiovisuais no país alcançou a agenda pública assim que a presidente Cristina Kirchner adotou o discurso de que era necessário proporcionar à população um acesso democrático aos meios de comunicação. Pelo

---

19 Disponível em: <http://www.diarioregistrado.com/politica/84373-lanata-678.html>. Acesso em 13 jan. 2015.

20 Disponível em: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-235410-2013-12-17.html>. Acesso em 14 jan. 2015.

campo midiático, tal disposição foi percebida como uma ameaça. Desta forma, grupos midiáticos hegemônicos agiram na tentativa de criticar o avanço do governo com uma medida que poderia abalar o poder multimidiático, principalmente, do Grupo Clarín.

A criação de 6-7-8 é uma pista para se perceber uma sociedade em processo de midiaticização. Fausto Neto (2008) afirma que uma sociedade midiaticizada tem como predomínio a cultura midiática, ou seja, se torna a própria referência para a dinâmica da sociedade. Esta cultura midiática acessa o campo político no momento em que a TV Pública idealiza um programa de crítica midiática com lógicas de entretenimento situado e posicionado ao lado do governo. Ou seja, 6-7-8 possui um formato que propicia a representação de um discurso crítico à mídia que faz parte do repertório político do governo Kirchner. Isto por si só não tira o mérito de um programa crítico da mídia, conforme argumenta Alabarces (2010, p. 205)<sup>21</sup>: “6-7-8 consegue popularizar os conteúdos e tendências das carreiras de Comunicação e Jornalismo nas universidades nacionais nos últimos 25 anos”.

Porém, o posicionamento ideológico de seus debatedores é alinhado ao kirchnerismo, e este é um dos problemas que 6-7-8 não consegue superar: a dicotomia, como fala Alabarces (2010):

A armadilha que 6-7-8 não pode romper, porque não quer nem lhe interessa, é justamente a da dicotomia. Do bipartidarismo ou do riverboquismo, que por analogia estrutura o debate político e midiático: K ou anti K. (...) 6-7-8 propõe "multiplicar", que é a tarefa, como canta Baglietto. Na realidade, se limita a duplicar. Um gesto democrático, mas que ao fechar-se sobre si mesmo se revela tão autoritário como a dicotomia do adversário (OLIVÁN E ALABARCES, 2010, p. 207)<sup>22</sup>

Desta forma, PPT, que é um programa mais recente que 6-7-8, postula ser a antítese de 6-7-8. A hegemonia, nos termos de Gramsci, está colocada no plano ético-cultural. 6-7-8 incorpora parte do discurso kirchnerista – o enfrentamento às grandes corporações, contra os meios hegemônicos – o que, evidentemente, não é exclusivo nem original dos partidários da *Frente para la Victoria*. É assim representado, no entanto, no

---

<sup>21</sup> Do original, em espanhol: "678 consigue popularizar los contenidos y tendencias de las carreras de Comunicación y Periodismo em las universidades nacionales em los últimos 25 años”.

<sup>22</sup> Do original, em espanhol: La trampa que 678 no puede romper, porque no quiere ni le interesa, es justamente la de la dicotomía. Del bipartidarismo o del riverboquismo, que por analogía estructura el debate político y mediático: K o anti K. (...) 678 propone “multiplicar”, que es la tarea, según canta Baglietto. En realidad, se limita a duplicar. Un gesto democrático, pero que al cerrarse sobre sí mismo se revela tan autoritario como la dicotomía del adversario.

discurso dos debatedores do programa, que indicam como adversário hegemônico a ser enfrentado o Grupo Clarín, no caso do campo midiático.

O discurso hegemônico do campo midiático, até o início do conflito do governo Kirchner com o Grupo Clarín, possuía credibilidade e legitimidade suficiente para que sua atuação, seu regime de funcionamento, fosse normal. Ainda que o campo midiático seja um espaço de tensão, não havia nada na medida do que foi criado com a implantação da Lei de Meios Audiovisuais. A partir desta, o regime de funcionamento do campo midiático se acelera, nos termos de Rodrigues (1999), e os meios criam vida própria: de suporte, tornam-se atores sociais, conforme Fausto Neto (2008), que se utilizam de seus próprios meios para garantir legitimidade e credibilidade a seus interesses.

A luta por hegemonia no campo midiático, com a participação do governo nisto, faz criar uma situação particular na discussão política argentina. O kirchnerismo no poder federal pode ser hegemônico ou contra-hegemônico, a depender da ótica sob a qual é percebida. Situado no campo político, o discurso kirchnerista mantém desde então, como plataforma de campanha, segundo Sidicaro (2011), a decisão de recuperar o controle de certas atividades privatizadas na década de 1990 e também o congelamento de serviços ou bens prestados por grandes empresas. Essa disposição gerou tensões, mas demarcaram a característica governamental de se distanciar do neoliberalismo. Esta é uma das óticas que os posiciona em uma situação contra-hegemônica – em relação ao neoliberalismo e às grandes corporações. O Grupo Clarín é uma delas, de acordo com o governo, que detém o monopólio midiático.

A criação do programa 6-7-8 é a própria participação do governo Kirchner no jogo midiático. O acesso aos negócios comerciais do campo midiático coloca o governo como a força contra-hegemônica a enfrentar um discurso ao qual acredita ser hegemônico. Não é possível negar, no entanto, uma disputa estritamente política por poder – neste caso, o midiático. Após o início do conflito entre o governo e o Grupo Clarín, foram sucessivas as ações para ameaçar a credibilidade dos meios considerados hegemônicos: em geral, os meios críticos ao governo; na prática, o ataque oficial encontra como alvo o Grupo Clarín. Diego Gvirtz, produtor de 6-7-8, justifica porque o programa é veiculado pelo canal estatal: “é o único lugar onde poderíamos o colocar. É um contradiscurso. E me parece que, justamente, quando há hegemonia de meios, o rol do Estado é ter um contradiscurso. (...) Quem se anima a brigar com Clarín? Que

empresa privada poderia fazer isso como negócio puro? Não é negócio. Então esse é rol do Estado" (OLIVÁN E ALABARCES, 2010, p. 229)<sup>23</sup>.

De fato, o contradiscurso a que Gvirtz se refere é o que 6-7-8, como produto midiático, tornou popular entre a audiência de televisão aberta do país. Assuntos como a concentração de propriedade midiática, a democratização do acesso aos meios audiovisuais e o contraponto ao ponto de vista de grupos multimídia foram transformados para uma linguagem acessível, permeada de ironias e sarcasmos, que fizeram com que as discussões sobre a Lei de Meios Audiovisuais se tornassem de domínio público.

A inovação proposta por 6-7-8 escancarou contradições dentro dos sistemas de meios. O programa é a voz crítica dos meios, focada no debate ético dos meios, ainda que se reserve quanto à discussão ética kirchnerista. Desde sua origem, 6-7-8 não faz questão de se considerar imparcial: seus participantes se posicionam como oficialistas, e assim direcionam ideologicamente o programa.

Neste contexto de conflito, em abril de 2012 é criado o programa PPT. Desde então, o programa foi líder de audiência em diversas noites de domingo, com denúncias de corrupção e escândalos políticos envolvendo kirchneristas, além de inúmeros quadros de humor que satirizam personalidades políticas – inclusive Cristina Kirchner. A grande audiência tornou-se um problema para o governo, que reorganizou o horário de transmissão das partidas de futebol para concorrer com o programa.

No programa, Jorge Lanata tem autonomia relativa para críticas ao governo Kirchner e, desta forma, personifica o espaço de oposição a seu adversário. Ou seja, a presença de Lanata confere credibilidade ao programa, por todo o reconhecimento e prestígio que tem no país, e suas opiniões são explicitadas, em tese, na íntegra e sem censura, como costuma ele mesmo afirmar. O objetivo do programa, na antítese de 6-7-8, é o mesmo: atingir a credibilidade opositora. Desta forma, colocado em um meio de comunicação de discurso hegemônico, torna-se uma voz de defesa da hegemonia midiática do Grupo Clarín.

A posição do Grupo Clarín é clara no sentido de manter a liberdade empresarial e a livre iniciativa como valores supremos no controle do domínio de experiência do

---

23 Do original, em espanhol: "es el único lugar donde podíamos ponerlo. Es un contradiscurso. Y me parece que, justamente, cuando hay hegemonía de medios, el rol del Estado es tener un contradiscurso. (...) ¿Quién se anima a pelearse con Clarín? ¿Qué empresa privada podría hacerlo como negocio puro? No es negocio. Entonces ese es el rol del Estado

campo midiático. Ao tentar manter tal domínio, entra em conflito com o campo político na interseção em que se relaciona com o governo Kirchner.

Como reação ao poder midiático, o kirchnerismo confere lógicas midiáticas à sua militância política. Isso significa dizer que por meio de programas como Fútbol Para Todos e 6-7-8, a ideologia governamental é colocada em discussão na sociedade. E a partir deste indício de cultura midiática, percebe-se uma sociedade em processo de midiatização: a dinâmica de debate de determinadas temáticas – como é o caso da Lei de Meios Audiovisuais – está permeada pela cultura midiática, que torna-se parte tanto do campo político (a atuação ideológica governamental por meio destes programas) quanto do campo midiático (a atuação ideológica do Grupo Clarín por meio de PPT).

#### 4. A CONCEPÇÃO DE CAMPOS SOCIAIS

A noção de campo social é problematizada por Pierre Bourdieu, especialmente ao discutir o conceito de poder simbólico. O autor dá ao campo social o sentido de espaço de disputa e domínio de experiência por um viés sociológico. Em “Sobre a Televisão”, Pierre Bourdieu conceitua o campo social como

um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças (BOURDIEU, 1997, p. 57)

A partir desta definição, faz-se necessário entender como se dá a transformação de um campo com relação a outro. Ou então, quando um destes campos, ainda dentro de seu espaço estruturado, utiliza-se do poder simbólico que a ele é atribuído e legitimado para subverter seu domínio e abranger o espaço de outros campos. Pensar em tal movimento produz outra necessidade: a de entender este processo sob novas lógicas. Neste sentido, a mediação pode contribuir para o entendimento destas mudanças, ao considerar que as lógicas políticas exercem e sofrem tensionamento de lógicas midiáticas. No entanto, a reflexão que será feita no próximo capítulo visa a compreender que estas lógicas dependem de diversos fatores, e que a influência de uma sobre a outra gera novas alterações na lógica de funcionamento dos campos. Em virtude disto, Braga (2014) considera que o campo político ou qualquer outro campo, quando em interseção com o campo midiático, sofre interferências que são amalgamadas em uma lógica mediada, pois ambas se transformam.

Após a promulgação da Lei de Meios Audiovisuais (Lei de Serviços de Comunicação Audiovisuais N° 26.522), os campos político e midiático da Argentina, no uso de suas forças e lutas, travaram um dos conflitos simbólicos mais proeminentes da América Latina com relação à transformação do campo midiático. E não só dele, mas também no campo político em seu ponto de interseção com as lógicas midiáticas. A este ponto de interseção, atribui-se o processo de mediação, que, por ser processo, não está presente em todo o domínio de experiência do campo social.

Para entender este processo é necessário perceber a existência de tais campos e suas delimitações, que não são definitivas, posto que Bourdieu define o campo social não como algo espacial, colocado sob limites, mas sim em um universo de disputa. No

entanto, há fatores definidores, estruturantes, para tal, já que “a objetividade do sentido do mundo define-se pela concordância das subjetividades estruturantes (senso = consenso)” (BOURDIEU, 1989, p. 8). E se o campo é um espaço estruturado de posições onde dominantes e dominados lutam pela manutenção e pela obtenção de certos postos, percebe-se, de pronto, a similaridade com o conceito de luta de classes da teoria marxista. Diferentemente, porém, a estrutura de um campo social não está necessariamente atrelada a um materialismo e a um economicismo. Tal redução seria insuficiente para abarcar as mais variadas características de cada campo social e, se fosse assim, traria discussões dicotômicas para explicar atitudes muito mais complexificadas como são as tensões e lutas que se dão nas fronteiras, nas interseções e nos núcleos de cada campo social.

Assim, pensa-se os campos sociais político e midiático na Argentina em permanente mutação e fluidez, interação e repelência, conversando e divergindo, com dominantes e dominados das mais diversas naturezas lutando pela manutenção e pela obtenção dos mais variados postos. Para o sociólogo, nas relações entre campos, há dissonâncias, tensões, já que considera campo um espaço de lutas, marcado por interesses em manter ou mudar as forças ali presentes.

Como precursor dos estudos de campos sociais aplicados aos processos midiáticos, a pesquisa busca também fundamentação teórica nos estudos e nas definições de campos sociais e campo midiático de Rodrigues (1999). O autor define um campo social como:

(...) uma instituição dotada de legitimidade indiscutível, publicamente reconhecida e respeitada pelo conjunto da sociedade, para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer uma hierarquia de valores, assim como um conjunto de regras adequadas ao respeito desses valores, num determinado domínio específico da experiência. (RODRIGUES, 1999, p. 19)

Para criar essa definição, Rodrigues (1999) ressalta que o significado da expressão campo social deve ser entendida com um sentido energético, e não espacial. Com essa metáfora, o autor pretende sublinhar o efeito de tensão que existe no confronto entre campos autônomos, considerando que cada um deles tem a ambição de regular o domínio da experiência de sua área.

Por tornar-se o centro das relações tensionais entre vários campos sociais, o campo midiático se caracteriza pela gestão de conflitos. “Esta centralidade faz do

campo um espaço social de negociação permanente: dos diferentes campos sociais com o campo dos media e dos diferentes campos sociais entre si” (ESTEVEZ, 1998, p. 170).

O pensamento denominado por Pierre Bourdieu como estruturalista-constitutivista disserta sobre a formação dos campos sociais, a noção de habitus e de capital simbólico. Na busca para mostrar como se manifesta o poder inscrito nos campos sociais e em suas relações, Pierre Bourdieu “sustenta o compromisso de revelar as formas implícitas de dominação de classes nas sociedades capitalistas, defendendo a tese, segundo a qual, a classe dominante não domina completamente e não força seus dominados a se conformarem com a dominação” (CAPELLE, MELO e BRITO, 2005).

Araújo, Alves e Cruz (2009), tomando como base os estudos de Pierre Bourdieu, consideram que todas as lutas inseridas em um campo social envolvem a distribuição e a posse de um capital específico, pois os que ocupam a posição de comando tentam administrar o *status quo*, enquanto os novatos ou aqueles que aspiram ao poder criam estratégias de luta e de acumulação do capital específico. Pierre Bourdieu apropria-se do conceito de Louis Althusser para explicar que um campo só se torna um aparelho quando cessam as lutas, ou seja, a resistência dos dominados reduz a zero e a luta pela constituição do espaço não mais existe.

A abrangência dos estudos de campo permite a aplicação de tais conceitos aos mais variados contextos sociais e históricos. Porém, determinadas atualizações são necessárias. A definição de campo social é um conceito central para entender o contexto político e midiático na Argentina desde antes da implantação da Lei de Meios Audiovisuais. No entanto, após a vigência (parcial) da lei, as relações de poder simbólico se tornaram perceptíveis aos olhos da população e do mundo. Mais do que isso, explicitou também como o campo midiático pode agir – como um ator coletivo – e não apenas mediar – como um suporte de informação – o conflito simbólico.

A natureza dos campos sociais consiste “na averiguação do domínio da experiência sobre o qual (o campo social) é competente e sobre o qual exerce uma competência legítima” (RODRIGUES, 1999, p. 19-20). As regras para a atribuição da competência ao campo podem ser classificadas de duas formas: constitutivas ou definitórias – aquelas que constituem ou definem a realização de determinado ato – e normativas – impõem uma maneira de realizar um ato cuja definição pré-existe a essas regras. Portanto, um campo possui regras próprias, autonomia e poder para criar, manter e estabelecer hierarquias para o seu funcionamento.

Rodrigues (1999) aponta as funções dos campos sociais, e explica que ele desempenha dois tipos: funções expressivas ou discursivas e funções pragmáticas ou técnicas. As funções expressivas ou discursivas consistem no exercício da competência legítima por parte de um campo social para intervir ou agir de qualquer modo sobre a ordem de valores pertencentes ao seu domínio de experiência. As funções pragmáticas ou técnicas são de natureza pedagógica e terapêutica, ou seja, a primeira tem a ver com a inculcação da sua legitimidade ao conjunto da sociedade, enquanto a segunda tem a ver com a intervenção destinada ao restabelecimento da sua ordem de valores.

Os campos sociais são dotados de duas modalidades de legitimidade, conforme Rodrigues (1999): a própria – cuja legitimidade é atribuída ao campo dentro de seu próprio domínio de experiência – e a vicária – quando um campo possui num domínio de experiência que não lhe é próprio, por delegação de um campo social.

Esta distinção é importante, segundo Rodrigues, para as relações que dão origem à “dimensão dos campos sociais”. Esta delegação de competências, como aponta o autor, nem sempre é isenta de tensões e conflitos.

As formas de legitimidade permitem que os campos sociais imponham suas próprias formas de sanções caso a ordem de valores seja violada. Rodrigues afirma que “as sanções morais (...) podem ir da simples repreensão e da ironia até a interdição de utilização dos recursos que o campo social põe à disposição da sociedade e à frequência dos seus espaços próprios” (1999, p. 29). Já as sanções físicas remetem a penalidades materiais.

A análise de Adriano Duarte Rodrigues, que introduz o diagnóstico do campo midiático, classifica o campo social como possuidor de regimes diferenciados de funcionamento. Um regime acelerado funciona quando um campo social consegue mobilizar o conjunto dos domínios de experiência ao redor das suas regras próprias. Podemos citar como exemplo o caso de revoluções, ou de catástrofes, que mobilizam outros corpos sociais em torno dos domínios de um campo específico. O regime lento vigora em período normal, durante o qual se estabelece um relativo equilíbrio. O equilíbrio é sempre relativo e instável, pois, como explica Rodrigues, “devido à natureza autônoma de cada um dos campos, cada um tende a sobrepor a sua lógica e os valores que entende regular acima das lógicas e valores dos restantes campos” (RODRIGUES, 1999, p. 29). Esse regime pode ser alterado por fenômenos exógenos ou endógenos, o que caracteriza a posição de onde partem as ocorrências.

Cada campo é dotado de simbólicas que podem ser formais ou informais. Conforme Rodrigues (1999), a simbólica formal é constituída por fardas, insígnias, rituais, qualquer item regulado por regras e pela exclusividade de uso do corpo social pertencente ao campo. A simbólica informal, por sua vez, “consiste no apagamento sistemático de marcas distintivas” (RODRIGUES, 1999, p. 30). Ou seja, essa simbólica tem o objetivo de garantir que o campo social seja absorvido pela sociedade de forma natural.

Os campos sociais, dotados de uma autonomia própria e constituídos pelos fatores dissertados, iniciam o processo de tornar público o resultado compatível na relação entre as legitimidades de um campo com outros campos sociais através da publicização. Neste processo de publicização é que se começa a perceber a necessidade do campo midiático para se fazer esta transição dos discursos. Cada um dos campos sociais considera essencial diferentes formas de publicização de suas legitimidades. Da mesma forma, o campo midiático tem papel fundamental em fazer uma triagem destas legitimidades, o que resulta na legitimação de determinados assuntos e experiências compatíveis entre ambos e, muitas vezes, de acordo com os valores próprios dos integrantes do campo midiático.

#### **4.1. O campo político**

O entendimento do conceito de campo político exige que se parta da noção mais ampla de um campo social, a partir do qual se configuram as particularidades de cada área. Utiliza-se, basicamente, a concepção de campo político concebida por Pierre Bourdieu e estudos que o tratam como referência principal.

As caracterizações de um campo social, vistas acima, possuem pontos em comum na dinâmica de diversos campos. Este é um atributo das teorias propostas pelo sociólogo francês, pois podem ser aplicadas, em determinada medida, ao campo político, econômico, midiático, jornalístico, literário, esportivo, religioso, etc. Ao caracterizar o campo político, torna-se apropriado para nosso trabalho por desenhar o funcionamento das dinâmicas existentes na disputa de poder e capital simbólico no interior deste campo e, tão importante quanto, perceber a estreita ligação existente nas fronteiras dele com outro campo social de nosso interesse, o midiático.

A condição de vida em sociedade torna a existência humana em uma coexistência. O compartilhamento de espaço faz com que haja também a busca por

objetivos iguais e a participação em atividades semelhantes. Assim, a coexistência cria cooperação e concorrência, e o mundo social transforma-se num universo político "construído num agora, um espaço de encontro, de discussão e de resolução de questões coletivas" (FERNANDES, 2006, p. 41).

Para definir o campo, é necessário pontuar algumas delimitações. O campo político não se identifica com o campo do poder, nem com o espaço social, muito menos com o campo do Estado. O campo do poder é um espaço de relações de força entre os agentes detentores de diferentes espécies de capital simbólico que constituem o campo correspondente a ele e cujas lutas se intensificam quando se é questionado o valor relativo destes capitais. Já o espaço social é um conceito mais amplo que o campo político, pois, para Pierre Bourdieu, é o espaço dos modos e dos estilos de vida, um princípio de apreensão relacional do mundo social (FERNANDES, 2006). Cada agente que o compõe ocupa uma posição relativa num espaço de relações.

Já o Estado é algo que se diferencia tanto do campo político quanto do poder, que é inapreensível. Evidentemente, o Estado é um espaço de centralidade, onde se travam lutas em torno de seu poder, seus recursos econômicos e políticos que permitem exercer poder sobre outros jogos e regras. "A noção de Estado somente tem sentido para designar relações objetivas entre os diversos tipos de relações de poder inscritas em redes mais alargadas e mais ou menos estáveis" (FERNANDES, 2006, p. 75-76). Ou seja, o poder sobre o Estado é um dos objetos dos integrantes do campo político.

Para Bourdieu (2011), ao se falar em um campo político, fala-se sobre um microcosmo. Ou seja, um pequeno mundo social relativamente autônomo no interior do grande mundo social. "Nele se encontrará um grande número de propriedades, relações, ações e processos que se encontram no mundo global, mas esses processos, esses fenômenos, se revestem aí de uma forma particular" (2011, p. 199).

O sociólogo não nega a necessidade de entender para além das fronteiras do campo, isto é, para compreender o que faz um político, é evidente que se precisa buscar saber qual é sua base eleitoral, sua origem social, sua trajetória pessoal. Porém, não é possível esquecer de pesquisar a posição que ele ocupa no microcosmo e que explica boa parte de suas ações.

O funcionamento do campo produz uma espécie de fechamento, que é observável em função de um processo, apontado por Bourdieu (2011, p. 199): "quanto mais um espaço político se autonomiza, mais avança segundo sua lógica própria, mais tende a funcionar em conformidade com os interesses inerentes ao campo, mais cresce a

separação com relação aos profanos". Esta autonomia faz com que o campo político tenha uma lógica própria, baseada nas tomadas de posição dos que o integram.

As formas de acesso à participação política são distribuídas de maneira desigual na sociedade. Para se ter acesso a isso são necessárias condições sociais particulares na base da constituição da competência social e técnica. O campo político exerce também um efeito de censura ao limitar a problemática política e o que é politicamente pensável. Nele, existe um *habitus* particular e um capital específico. Conforme Fernandes (2006, p. 78), "o *habitus* do político 'supõe uma preparação especial', que consiste num '*corpus* de saberes específicos", com capacidades especiais, como o domínio de uma certa linguagem e de uma retórica".

Como existe uma desigualdade entre quem tem acesso ao campo e quem não tem, o campo político se torna um universo onde apenas um certo número de pessoas cumpre condições de acesso e joga um jogo particular em que outros estão excluídos. Esta dificuldade em expandir as fronteiras do campo político constantemente é posta em discussão pelo próprio campo e pelos que estão à margem dele. "Há uma luta por ampliar a definição [das fronteiras do campo], que é em seguida condenada como populista (...). Um dos problemas é o de saber como transformar a divisão do trabalho político de maneira tal que o acesso ao sistema político seja ampliado" (BOURDIEU, 2011, p. 210-211).

Na análise feita por Pierre Bourdieu, o campo político não pode atingir uma completa autonomia quando sujeito ao sufrágio universal. Os leigos, ou profanos, como trata o autor, determinam a luta desenvolvida entre os agentes do campo. Esta relação dependente entre eleitos e eleitores interfere no grau de fechamento do campo e resulta em consequências no nível de apatia dos cidadãos e na intensidade da mobilização promovida na sociedade para confrontar a fronteira entre a política e a não-política. "Os eventuais movimentos sociais que se possam gerar na sociedade, contestatórios da relação entre os que detêm a responsabilidade política e aqueles que dela estão privados, desenvolvem-se sempre fora do campo político (FERNANDES, 2006, p. 84). A própria visibilidade das manifestações sociais pode se converter numa força política.

Possuir capital político significa possuir capital de reputação, de notoriedade, de ser reconhecido e ter condições de fazer ver e fazer crer de uma maneira ou de outra, que é o que está em disputa no jogo político (BOURDIEU, 2011). Desta forma, surgem valores fundamentais para apontar o importante papel que desempenham os dispositivos midiáticos sobre o campo político. Falamos, em especial, da televisão, que tornou

possível o reconhecimento de agentes políticos que, antes, só eram conhecidos em limitados espaços sociais. Além disso, Bourdieu (2011) aponta para outra transformação da política ocorrida nas últimas décadas:

(...) agentes que podiam considerar-se, ou ser considerados, como espectadores do campo político, tornaram-se agentes em primeira pessoa. Quero referir-me aos jornalistas e, especialmente, aos jornalistas de televisão (...). Para descrever o campo político atualmente, é preciso incluir essas categorias de agentes, pela simples razão de que eles produzem efeitos nesse campo (BOURDIEU, 2011, p. 201)

Isto torna necessário aos integrantes do campo político a constante relação com jornalistas, já que para acessar o espaço público é preciso escrever para jornais, aparecer na televisão, participar de debates, escrever livros. Os meios de comunicação geram outro efeito sobre o campo político: consagram profissionais da política através da sua exposição pública. "Contribuem para determinar a importância das questões políticas, através dos seus *gatekeepers*, do mesmo modo que controlam, na sua medida, o próprio acesso ao campo político" (FERNANDES, 2006, p. 79). No entanto, Bourdieu (2011) afirma que isso por si só não é necessariamente benéfico para a ampliação da fronteira do campo político, já que "eles contribuem bastante fortemente para a manutenção da fronteira, da censura que tende a excluir as maneiras não conformes à ortodoxia, à *doxa* do campo político" (2011, p. 212).

#### **4.2. O campo midiático**

O campo midiático também é um campo social. Da mesma forma que cada campo tem sua estrutura e seus processos de legitimação, este possui sua estrutura própria, suas lutas e suas tensões dentro do espaço do qual os grupos e sujeitos fazem parte. As instituições que formam o campo midiático integram empresários, jornalistas, assessores de imprensa, dentre outros agentes que o compõem.

A noção de campo midiático, no entanto, transpõe a visão etnocêntrica descrita acima. Como cita Esteves (1998, p. 150), o campo das mídias é "constituído como uma instância de mediação social, o que significa que a sua legitimidade corresponde em larga medida a uma delegação conferida pelos restantes campos sociais".

Por ser uma instância em que a mediação é o principal fator a se considerar para formação da legitimidade do campo, o que caracteriza essa mediação é o discurso. As funções discursivas, conforme Rodrigues (1999) predominam sobre as funções pragmáticas. “O discurso não se limita, no entanto, a expressar os valores e as regras de comportamento que cria e impõe; assume uma função eminentemente pragmática<sup>24</sup>, na medida em que a sua prática dominante consiste num conjunto de atos de linguagem” (1999, p. 36).

Sobre a natureza e a função do campo midiático, Rodrigues define que elas estão associadas ao desempenho das funções de regulação necessárias para gerir as relações de campos sociais distintos:

(...) os campos sociais contam com os mecanismos retóricos da linguagem para o convencimento e a mobilização em torno dos valores e das regras que o campo dos media se encarrega de criar, promover e impor ao conjunto da sociedade. Mas por outro lado, o campo dos media gere os dispositivos de percepção da realidade e constitui, deste modo, a própria experiência do mundo moderno, assegurando a sua percepção para além das fronteiras que delimitam o mundo vivido das comunidades tradicionais. (RODRIGUES, 1999, p. 25)

O campo midiático só é percebido através da linguagem, com a qual garante que a realidade vai ser lida e conhecida. Por isso, sua natureza retórica está associada a valores e regras que giram em torno do poder de convencimento e de mobilização do campo. No momento que as mídias gerem esse conteúdo, criam também a percepção da realidade e da própria experiência das instituições e dos atores individuais.

Enquanto os demais campos sociais caracterizam-se por possuírem prevalência da legitimidade própria, Rodrigues (1999) caracteriza o campo das mídias (ou midiático, como convencionamos chamar aqui) com uma legitimidade de natureza vicária ou delegada. Ou seja, todo campo social com legitimidade própria delega ao campo midiático parte do conhecimento e do domínio de experiência, por este se tratar de uma parte da sua função discursiva ou expressiva. “Os campos sociais selecionam,

---

<sup>24</sup> Para Adriano Rodrigues, "a pragmática não é propriamente uma disciplina científica, no sentido estrito do termo, visto não ter um objecto claramente delimitado nem uma metodologia específica; é um domínio constituído por questões que se situam nas fronteiras e nos interstícios das disciplinas que procuram dar conta da emergência do sentido, tais como a hermenêutica, a linguística, a semiótica, a lógica, a sociologia, a psicologia, a teoria literária. É, por conseguinte, dos resíduos das disciplinas formalmente constituídas que se alimenta o seu domínio de estudo". Fonte: [http://edtl.com.pt/index.php?option=com\\_mtree&task=viewlink&link\\_id=387&Itemid=2](http://edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=387&Itemid=2)

dentre as diferentes formas de expressão da sua legitimidade, aquela que é destinada ao público, reservando, no entanto, para si a expressão especializada” (RODRIGUES, 1999, p. 37).

A legitimidade atribuída ao campo midiático parte dos corpos dos campos sociais, que atribuem a ele a experiência interna do campo que deve ser considerada de domínio público. Rodrigues (1999) afirma que há um paradoxo nessa atribuição, e isso faz parte das tensões que permeiam as relações entre os campos sociais. O corpo social do campo midiático acredita ao diploma universitário um instrumento de competência. Ao mediar o conhecimento para uma instância exotérica, o corpo social do campo midiático

tende a ser considerado com desconfiança por parte dos corpos dos campos sociais especializados, que o acusam de atraiçoar a especificidade do seu saber sempre que os publicitam. Mas, por outro lado, (...) precisam cada vez mais da publicitação do seu saber, para assegurarem a visibilidade da sua própria legitimidade (RODRIGUES, 1999, p. 39).

Em razão dessa ambivalência e da relação tensional do campo midiático com os campos sociais, Esteves (1998) afirma que o midiático se vê numa condição em que o conflito com os outros campos sociais é permanente, por contrariar as várias estratégias de aproximação com o que é assediado. Esteves afirma também que, em relação à legitimidade, o campo das mídias se torna “uma espécie de depositário: cabe-lhe gerir os conflitos de legitimidade que os interesses divergentes desencadeiam entre os diferentes campos sociais e no interior de cada um deles” (ESTEVES, 1998, p. 151).

Na modernidade tardia, que compreende conforme Rodrigues (1999) à segunda metade do século XX, em que o espaço para as penalizações está reduzido, sendo cada vez mais condenável a prática de sanções físicas e morais aos corpos sociais, o campo das mídias tem à disposição a possibilidade de privar a publicidade dos campos sociais que não se deixam ser dominados pela ordem de valores, lógicas e regras de comportamento próprias do discurso midiático.

O campo midiático se diferencia dos demais campos sociais ao funcionar de maneira contínua, a ponto de se confundir com o próprio ritmo da vida social. Essa continuidade assegura ao campo o respeito dos seus valores e regras de funcionamento por parte do conjunto da sociedade. O regime de funcionamento, no entanto, sofre variações, da mesma forma que se caracterizam as alterações dos campos sociais citadas

anteriormente. Porém, o campo midiático acelera seu regime “quando a sua ordem de valores corre o risco de ser posta em causa, quando as suas regras de funcionamento são violadas ou quando se assiste ao exacerbamento da tensão nas suas relações com outros campos sociais” (RODRIGUES, 1999, p. 38).

A natureza informal da simbólica do campo midiático, resultante da função de mediação social, assegura ao corpo social uma tendência a apagar sistematicamente qualquer simbólica formal ou até informal de pertencimento a outros campos sociais. Segundo Rodrigues (1999), há também a disposição de olhar com desconfiança as manifestações que signifiquem publicamente posições distintas na hierarquia do campo.

Sobre as relações tensionais, Esteves (1998) exemplifica a relação do campo das mídias com dois campos específicos: o econômico e o político. No primeiro caso, o autor afirma que uma das condições para que o campo midiático alcance a autonomia é a existência de uma estrutura econômica forte o suficiente para resistir a influências exteriores. Porém, “muito facilmente ela pode transformar-se na mais perigosa das ameaças: a subordinação da normal dinâmica de funcionamento do campo aos imperativos econômicos” (ESTEVES, 1998, p. 153). Desta primeira relação, provém o questionamento da atuação das mídias em serem orientadas pelo lucro ou pelo serviço público inerente à sua atividade.

A segunda relação de tensão exemplificada por Esteves (1998), campo político e mídia, traz como atrativo a ostentação atingida pelo último. Esse status “tornou-o desde muito cedo um objeto especial de cobiça por parte das diferentes instituições políticas. A forma mais clássica de apropriação consiste no controle político direto, isto é, através da propriedade (do Estado) e com perfeita cobertura jurídica” (ESTEVES, 1998, p. 154).

O contexto dessa assertiva de Esteves remete a uma conjuntura de transformação, pois em 1998 os meios de telefonia e comunicação se encontravam em amplo crescimento graças ao desenvolvimento de novas tecnologias e à propriedade cada vez menor do Estado sobre os meios de comunicação, em especial à privatização das companhias telefônicas. Esteves (1998, p. 154) ressalta que “o controle político direto é apenas uma das formas ou estratégias da manipulação do campo dos media”, e em função desse contexto, o campo político começa a buscar outros meios de intervenção bastante sutis, que tornam-se mais sofisticados.

Por tornar-se o centro das relações tensionais entre vários campos sociais, o campo midiático se caracteriza pela gestão de conflitos. “Esta centralidade faz do

campo um espaço social de negociação permanente: dos diferentes campos sociais com o campo dos media e dos diferentes campos sociais entre si” (ESTEVEVES, 1998, p. 170). No entanto, a relação entre os canais oficiais é produzida em termos formais e explícitos, enquanto a relação com as mídias acontece de uma maneira latente e implícita, baseada num sistema de compensações mútuas.

Esse sistema de compensações se evidencia quando há ações políticas ou econômicas que se tornam aproveitadas por ambos, como uma ação política realizada em benefício da relação governamental com a mídia.

Torna-se relevante tecer alguns comentários sobre a estruturação do campo jornalístico para este trabalho, já que é parte integrante do campo midiático. No entanto, não é possível buscar nas mesmas referências da concepção do campo social as notas sobre o campo jornalístico que sejam adequadas para tratar a estrutura do campo na Argentina. Isto porque Bourdieu (1997) preocupa-se de forma exagerada e insuficiente com o campo a partir do ponto de vista das relações entre seus produtores e dos índices de audiência.

Não podemos negar estas preocupações, já que os índices de audiência são parte relevante do funcionamento do campo jornalístico também na Argentina - recentemente, o governo federal anunciou a criação do Sistema Federal de Medição de Audiência<sup>25</sup> (Sifema) vinculado a universidades para contrapor os índices divulgados pelo Ibope no país. Da mesma forma, seus produtores disputam domínio no microcosmo social. No entanto, é necessário expandir essa concepção.

Bourdieu (1997) aponta algumas questões que serão aprofundadas pelos estudos de midiatização, como os efeitos que o campo jornalístico produz em outros campos:

os efeitos que o desenvolvimento da televisão produz no campo jornalístico e, através dele, em todos os outros campos de produção cultural, são incomparavelmente mais importantes, em sua intensidade e amplitude, que aqueles que o surgimento da literatura industrial, com a grande imprensa e o folhetim, provocara, suscitando entre os escritores as reações de indignação ou de revolta das quais saíram, segundo Raymond Williams, as definições modernas da cultura. (BOURDIEU, 1997, p. 102)

O sociólogo assinala também algumas características da aproximação entre o campo jornalístico e os demais campos, afirmando que a figura dos "intelectuais-

---

25 <http://www.telam.com.ar/notas/201406/66122-cristina-nuevo-sistema-de-medicion-de-audiencia-sifema.html>

jornalistas" servem de duplo vínculo para fazerem parte de dois campos distintos e exercerem dois efeitos: "fazer adotar formas novas de produção cultural (...); impor, em especial através de seus julgamentos críticos, princípios de avaliação das produções culturais que, conferindo a ratificação de uma aparência intelectual às sanções do mercado (...), tendem a reforçar o efeito de índice de audiência" (BOURDIEU, 1997, p. 111).

Uma das críticas a esta percepção feita pelo francês é desenvolvida em Ferreira (2002), quando este questiona o fato de inferir que escolhas temáticas, focos semânticos e modalidades discursivas do jornalismo estejam condicionadas pelas posições dos produtores. Para Ferreira (2002, p. 8), este ponto de vista desconhece os processos de transformação do sentido através dos quais "indivíduos e sujeitos sociais coletivos *constituem* universos temáticos, semânticos e modalidades discursivas que dissipam, criam instabilidade e transformam a configuração dos campos de significação e sociais".

O campo jornalístico, então, ganha relevância como ator social porque não se compõe apenas de discursos produzidos nos dispositivos específicos que o fundam, mas "se amplia para esferas diversas de recepção, de produção e discursos" (FERREIRA, 2002, p. 6). Esta relevância está posta em função dos efeitos que produz sobre outros campos por meio de dispositivos midiáticos, no entanto, "a linguagem e o discurso jornalísticos abrem novos universos, antes inexistentes, não regulados pelas relações de forças preexistentes, na medida em que abrem novas correlações de força e de sentido, deslocando sentidos instituídos" (FERREIRA, 2002, p. 8).

Estas diferenças nas rotinas de produção da notícia demarcam grandes diferenças entre os dispositivos. Ferreira (2002) exemplifica com jornais impressos, ao afirmar que isso diferencia jornais de grandes redes, pequenos, médios, vinculados a movimentos sociais, etc. Exemplifica-se, neste trabalho, as diferenças entre os dispositivos de nosso *corpus*. *Canal Trece* e TV Pública, ou, mais estritamente, *Periodismo Para Todos* e 6-7-8 possuem diferentes distribuições de gêneros, conteúdos e modalidades discursivas, bem como formas de apropriação tecnológica, rotinas de produção, interação com fontes e anunciantes, governo, movimentos sociais.

### **4.3 Limites do campo social para a apreensão da midiaticização**

Ao mesmo tempo em que a delimitação dos conceitos de campos sociais, tanto em sua apreensão política quanto na midiática, são essenciais para este trabalho, a

codificação destas delimitações teóricas vão de encontro a perspectivas da midiaticização. Nesta unidade, dedica-se a considerar os fragmentos teóricos importantes para uma transitoriedade desde aspectos fundados na sociologia direcionando-os para uso das ciências de comunicação.

Como brevemente abordado ao fim do subcapítulo anterior, Bourdieu (1997) não é suficiente para que entendamos os processos relacionais entre os campos político e midiático, em particular o jornalístico, por centrar-se em demasia na questão da produção, da audiência e da interface com o campo econômico, descuidando-se, assim, da circulação de efeitos gerada pela recepção e multiplicação de produções midiáticas.

Por isso, alguns autores nos ajudam a entender este espaço de transição teórica, que caminha em paralelo com as investigações empíricas e o desenvolvimento social e tecnológico.

Identifica-se, conforme Ferreira (2002), o compartilhamento da produção da notícia como objeto a partir do qual se pode diferenciar a prática jornalística entre o campo social e de significação (dimensão macrossocial) e o dispositivo discursivo (microsocial). Na perspectiva de Braga (2012), a midiaticização crescente faz com que os campos sociais, que antes interagem de acordo com lógicas próprias e negociações de fronteira, sejam atravessados por circuitos, já que as interações comunicacionais tomam a forma midiaticizada como referência. Aliás, é a expansão deste circuito e a constante circulação de sentidos que torna-se nuclear, conforme Fausto Neto (2010), para a investigação da midiaticização. Esta expansão é subordinada a uma variável de desenvolvimento social e tecnológico relevante, que admite os conceitos de campos sociais abordados anteriormente como fatores macrossociais a partir dos quais transformações se sucedem.

Uma análise relevante para se compreender a importância do conceito de campo social para a midiaticização é a que considera Ferreira (2005). Ao destacar as três fases de estudos de Pierre Bourdieu e sua colaboração para a comunicação, considera a última, referente a uma parcela de estudos que inclui o livro *Sobre a Televisão* (1997), como um conjunto de questões em aberto para a investigação empírica do jornalismo e seus processos comunicacionais midiáticos. Dentre os cinco apontamentos (FERREIRA, 2005, p. 42), salienta-se três: a) as relações entre o campo das mídias, em particular o jornalismo, com outros campos sociais; b) a transformações dos campos sociais exógenos ao campo midiático em decorrência de lógicas e linguagens típicas do campo das mídias; c) o lugar de mediação ocupado pelas mídias na produção social de sentido

relativamente aos campos da política, da cultura e da economia. Assim, é a associação da investigação empírica sobre os sistemas de produção, aliado ao *habitus* e aos sistemas complexos de relações sociais geradas pelos campos que permite um aprofundamento crítico sobre a função dos dispositivos midiáticos sobre a organização social.

Este é o caminho, então, traçado para a pesquisa experimental em midiatização. Ferreira (2002), antes, já apontava que é no nível da produção da notícia que o jornalismo deve ser pensado em suas diferenciações, pois isto se torna o elo entre um dispositivo discursivo e os campos social e de significação.

Braga (2012) aponta que é na circulação de processos comunicacionais onde os campos possuem funções relevantes na definição de circuitos midiatizados. "Os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da midiatização. Essa processualidade interacional inevitavelmente repercute sobre o próprio perfil do campo" (BRAGA, 2012, p. 45). Desta forma, o autor identifica que na sociedade em midiatização os campos sociais parecem mais atrelados a necessidades de interação externa. Ao intensificar este circuito, as lógicas de campo não prevalecem com a mesma força, e há uma necessidade constante de reconsiderar e reelaborar as legitimidades que envolvem estas relações.

Aprofundando-se na questão da circulação como núcleo experimental para pesquisas em midiatização, Fausto Neto (2010), assim como Braga (2012), destaca a importância que Adriano Rodrigues tem ao delimitar o campo dos *media*, na década de 90, pelo contexto de pesquisas em comunicação identificado desde a década anterior. Há uma noção, em Rodrigues (1999), de que o campo midiático é um suporte que intermedia o que os demais campos consideram publicizável. Ou seja, numa ótica representacional, o campo tornava público o que era legitimado pelos demais campos sociais. Este é um ponto de origem para a circulação, pois percebe-se um caminho histórico epistemológico que possui pontos de contato com o próprio desenvolvimento tecnológico e novas matrizes interacionais com a sociedade.

Nota-se, então, que a circulação de informações por parte da mídia não começa nem termina no campo midiático e é constantemente ressignificada pelos demais campos. Mais além, os campos buscam formas próprias de produção de informações que também são postas em circulação e reinterpretadas, e suas legitimidades são postas à prova constantemente. O que Fausto Neto (2010) acrescenta é que tanto em uma realidade, mais próxima à "sociedade dos meios", quanto em outra, "em vias de

mediatização", a circulação segue sendo um desafio de pesquisa, em uma ambiência ainda mais complexificada.

## 5. MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE: ABORDAGENS TEÓRICAS

Os estudos sobre a midiatização da sociedade possuem escolas teóricas que pertencem a períodos coincidentes, mas distintas perspectivas, a depender do tipo de pesquisa empreendida pelos acadêmicos. São, de maneira geral, três vertentes: a semio-antropológica (VERÓN, 2014), a institucionalista (HJARVARD, 2012) e a socioconstrutivista (HEPP, 2014). Todas elas, porém, possuem pontos em comum para a análise, que podem ser resumidos por Hjarvard (2012, p. 64), quando afirma que a midiatização é um "(...) processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica".

Este conceito possui características diferentes a depender de sua abordagem. Centramos nossa pesquisa em adotar duas vertentes: a semio-antropológica, que possui entre seus principais teóricos Eliseo Verón, e a institucionalista, abordada principalmente por Stig Hjarvard e Jesper Strömbäck - este último estuda a midiatização da política - que aborda a midiatização em um ponto de vista voltado, principalmente, a meios de comunicação tradicionais, como a televisão, que será objeto empírico de estudo nesta investigação.

A pesquisa latino-americana na área da midiatização é profícua para o trabalho por diversas razões: foram os primeiros referenciais de estudo utilizados e nos trazem um ponto de partida teórico que se confunde com a caminhada histórica das pesquisas em comunicação, pois percebe que a midiatização caminha junto com a evolução do homem e produz signos e significados que se somam à externalização de processos mentais. Além disso, possuem particularidades da realidade em que está localizada e ajudam, desta forma, a fazer conversar com a prática social e os contextos históricos e políticos de nossos objetos, territorialmente localizados neste continente.

A midiatização percebe a necessidade de avançar nas pesquisas de comunicação ao entender a produção de uma nova cultura, que supera o entendimento de mediação, de efeitos diretos e de supervalorização da perspectiva de produção; derruba de vez a ideia de um receptor passivo e busca se distanciar da procura por intencionalidades; e desloca a investigação da comunicação para a esfera da circulação, o que é algo que consideramos hoje ao tratar o objeto da ciência da comunicação como uma processualidade.

A perspectiva semio-antropológica em que Eliseo Verón trabalha a midiatização está fundada na noção de desenvolvimento histórico do homem e suas tecnologias. Ou

seja, sua percepção é a de que as tecnologias criadas pelo homem são extensão de sua memória. "A capacidade semiótica de nossa espécie se expressa na produção (...) de *fenômenos midiáticos*, consistindo da exteriorização dos processos mentais na forma de dispositivos materiais." (VERÓN, 2014, p. 14).

Por isso, Eliseo Verón é taxativo em sua obra ao afirmar que o processo de midiatização da sociedade é histórico e existe há muito tempo. Nem sempre sua afirmação é consonante com a perspectiva que objetivamos trabalhar, por isso há a necessidade de uma perspectiva da midiatização que pode ser definida como institucionalista.

As considerações de Verón (2014) se aproximam bastante da noção de Marshall McLuhan quando este fala sobre a tecnologia como extensão do homem. As extensões do autor canadense podem ser divididas em dois tipos. "De um lado extensões do corpo e de outro, extensões de faculdades cognitivas como as funções dos sentidos, sistema nervoso central e até a consciência" (BARBOSA, 2012).

Ainda que tratemos a perspectiva semio-antropológica como base para perceber a midiatização em nosso trabalho a partir de um processo histórico, em que a decorrente criação de novas tecnologias midiáticas e, principalmente, seu uso social, resultam em transformações culturais dentro das mais variadas delimitações, como campos sociais, territórios, configurações, etc, a perspectiva institucionalista permite aplicarmos determinadas características funcionais à operacionalização da pesquisa. As diversas ressalvas feitas a ela, porém, nos colocam o desafio de sermos críticos e considerarmos suas limitações.

O pesquisador alemão Andreas Hepp sintetiza as duas tradições europeias nos estudos de midiatização em seu trabalho e faz um comparativo - mais do que isso, propõe uma fusão - entre as perspectivas institucionalista e socioconstrutivista. A abordagem é útil e se aproxima de bases que são levadas em consideração para o nosso trabalho, que soma a necessidade de se utilizar o conceito de campo social de Pierre Bourdieu para relacionarmos o midiático e a política no contexto argentino.

Hepp (2014, p. 47) entende que as duas tradições diferem em seu foco porque a primeira se interessa principalmente na mídia tradicional de massa e sua influência como uma *lógica de mídia*; já a segunda volta-se para as práticas de comunicação cotidianas, relacionadas principalmente à mídia digital e à comunicação pessoal, e enfoca a transformação da construção comunicativa da cultura e da sociedade.

O ímpeto inicial da perspectiva institucionalista está na comunicação política, quando identifica-se a presença de formatos midiáticos na maneira que a política se comunica e é comunicada. Por isso o conceito de *lógica de mídia* é tão difundido nesses estudos, e igualmente criticado também por estar interessado sobretudo na forma dos processos de produção midiática.

Como dito antes, porém, é uma perspectiva que nos permite aproximar o objeto empírico da teoria por explicar suas variantes de maneira objetiva, em um campo de estudos em que muito se fala da necessidade de operacionalização empírica. Jesper Strömbäck é uma das referências para a aplicação do conceito à política: propõe quatro fases da midiática da política (Strömbäck, 2008) dentro de modelos de atuação jornalística de acordo com diferentes sistemas democráticos (Strömbäck, 2005) nos quais são identificados formatos jornalísticos que apontam para a midiática da política (STRÖMBÄCK E DIMITROVA, 2011). Estes aspectos serão explicitados no item 4.4, quando elenca-se algumas características em busca de uma operacionalização da midiática.

### **5.1. Da cultura massiva para a cultura midiática**

O conceito de midiática como o entendemos surgiu num contexto em que os estudos sobre os meios de comunicação e seus efeitos entre produtores e receptores começaram a identificar que havia uma mudança cultural em função da mídia. A perspectiva é abordada por Maria Cristina Mata, quando entende que existe uma transformação a partir de uma cultura massiva em direção a uma cultura midiática.

A cultura massiva é ligada a uma corrente de estudos que percebe a mídia como uma instância que atua diretamente sobre a população. O conceito se utiliza desse termo genérico para caracterizar os intercâmbios de produtos culturais elaborados de maneira industrial, direcionados a alcançar grandes massas da população. Este conceito, no entanto, perdeu força - hoje, se luta para que seja suplantado de vez - quando os estudos buscaram prover "um novo princípio de compreensão acerca dos fenômenos de produção coletiva de significados nas sociedades atuais" (MATA, 1999, p. 82). A insuficiência do termo, conforme Mata (1999), se devia a transformações materiais nos modos de produção cultural, e também a uma transformação da perspectiva abordada para a análise da comunicação e da cultura.

O massivo, neste sentido, se impunha como um formato cultural dominante, sustentado em dados quantitativos sobre a esfera do consumo ou da produção. O anseio de encontrar outra via para explicar e analisar essas ações de maneira a superar o ponto de vista antagônico baseado, principalmente, em duas escolas teóricas - a norte-americana, focada no funcionalismo, e as teorias críticas da indústria cultural - foi o que fez com que se desenvolvessem noções que enriqueceram o campo de pesquisa.

Na década de 80, os estudos sobre as mediações, de Jesús Martín-Barbero, diziam que "os meios adquiriram materialidade institucional e espessura cultural" (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 177). Ou seja, a importância que os meios de comunicação adquiriram perante a transformação da sociedade os elevaram ao status de matéria de estudo para além da perspectiva de que eram meros mediadores entre o emissor e o público. Além disso, pluralizou os pontos de vista de pesquisa que, antes, costumavam focar nos efeitos e no consumo. A partir da cultura massiva, abriram-se possibilidades para o entendimento de uma cultura midiática. Essa cultura midiática constitui uma nova forma de interação e estruturação das práticas sociais, marcada pela própria existência dos meios, a partir da emergência de novas tecnologias de comunicação e da apropriação cultural delas e da consequente transformação do funcionamento da sociedade.

No sentido proposto por Mata (1999), a cultura midiática nos cria a necessidade de reconhecer que é o processo coletivo de produção de sentidos que faz com que um grupo social se compreenda e se comunique. A existência das tecnologias e meios de produção e transmissão de informação mostra que a transformação não é uniforme. Este processo remete a uma maneira de pensar que mostra a necessidade de repor a centralidade dos meios "na análise cultural mas não já em seu caráter de transportadores de algum sentido adicionado - as mensagens - ou como espaços de interação de produtores e receptores, mas como marca, modelo, matriz, racionalidade produtora e organizadora de sentido" (MATA, 1999, p. 85).

Os estudos de midiatização trazem como eixo central esta distinção entre a atuação dos meios de comunicação com base no marco teórico anterior, em uma cultura massiva, ou uma sociedade dos meios, em relação a esta nova forma de pensar a relação entre emissores e receptores. Percebe-se uma nova ambiência, uma nova forma de ser e estar no mundo que supera a perspectiva de mediação dada aos meios de comunicação. Esta transformação é explicada pela intensificação da presença dos meios em outros campos sociais, através do deslocamento ou da expansão midiática. Fausto Neto (2006)

ressalta a mudança existente na função dos meios: de suportes, passam então a agir como atores.

Trata-se, portanto, de entender a mídia não mais apenas como uma instância central com objetivo de fazer com que os campos sociais interajam, mas sim constatar que "a constituição e o funcionamento da sociedade - de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação - estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria 'cultura da mídia'" (FAUSTO NETO, 2007, p. 92). A sociedade dos meios se prontifica a intermediar a relação entre os campos sociais, enquanto a sociedade midiaticizada tem como predomínio a cultura midiática, ou seja, ela se torna a própria referência para a dinâmica da sociedade.

A cultura midiática, então, faz com que a reprodução de suportes tecnológicos de comunicação torne a sociedade ainda mais complexa em relação ao que era antes da existência desses suportes. É a percepção que Fausto Neto (2006, p. 3) alcança ao partir dos estudos de Eliseo Verón: quanto mais midiaticizada uma sociedade, tanto mais ela se complexifica. O ambiente que a cultura midiática cria, mediante tecnologias, dispositivos e linguagens, produz um novo conceito de comunicação. Este novo ambiente, segundo Fausto Neto (2006), transforma a sociedade do "ato social" nas "operações de contato", ou seja, perpassa a ideia de que o capital estaria apenas a serviço das estruturas. Agora, o capital também serve aos fluxos e à informação, e assim a lógica produtiva do capitalismo "desloca-se do território das estruturas para aqueles dos dispositivos de circulação" (FAUSTO NETO, 2006, p. 4). A cultura midiática causa mudanças também na forma como o capitalismo organiza a vida social. "Do ato social, passamos à rede. Do vínculo, ao fluxo. Do contrato social, à terceirização generalizada" (2006, p. 4).

A partir de alterações na forma como as mídias atuam hoje, como uma instituição dotada de autonomia, Fausto Neto (2006, p. 9) define a sociedade midiaticizada como "aquela na qual as tecnologias de comunicação se implantam vertical e horizontalmente nas instituições, inserindo-se de maneiras específicas e seguindo ainda múltiplas dinâmicas do funcionamento social". Para Hjarvard (2012), uma significativa parte da influência que a mídia exerce decorre do fato de que ela, hoje, é "parte integral do funcionamento de outras instituições, embora também tenha alcançado um grau de autodeterminação e autoridade que obriga essas instituições, em maior ou menor grau, a submeterem-se a sua lógica" (2012, p. 54), e, dessa forma, as

organizações, partidos ou indivíduos não podem mais optar por utilizar ou não meios de comunicação.

Ambas as escolas que trabalham o conceito de midiatização da sociedade, tanto a europeia quanto a latino-americana consideram a midiatização como uma parte integral do desenvolvimento da sociedade moderna, decorrente da invenção da imprensa, do rádio, da televisão, da profissionalização jornalística e do desenvolvimento tecnológico das últimas décadas. Em particular, ambas também tratam a midiatização como um processo característico fortalecido pelo desenvolvimento das sociedades pós-industriais sobretudo ocidentais. Delimita-se o ocidente em função de possuírem sistemas democráticos consolidados e liberdade de imprensa e de mídia suficientes para uma autonomia relativa de funcionamento. Países com sistemas democráticos limitados, como a China, por exemplo, possuem eventos em que o processo de midiatização é detectável. Porém, ainda como hipótese, aponta-se o país como numa antessala da midiatização<sup>26</sup>.

O conceito é decorrente, também, de um percurso evolutivo das teorias de comunicação. A partir da identificação de diversas deficiências nas ciências da comunicação, a midiatização aceita a mídia como instituição composta de materialidade institucional e espessura cultural que se torna parte integrante das ciências sociais, campo científico ao qual esteve à margem ou foi relegado durante décadas. Hjarvard (2012, p. 60) critica uma tendência ao determinismo tecnológico existente até anos atrás: "a interação entre tecnologia e cultura e o fato de que a cultura também constitui a tecnologia são negligenciados e o meio é reduzido à sua natureza tecnológica".

Hjarvard (2012) também destaca o cuidado que deve ser dado ao conceito de midiatização construído por bases pós-modernistas, o qual considera, ao mesmo tempo, muito simples e muito exagerado. "Muito simples porque implica uma transformação única onde a realidade mediada suplanta a realidade experiencial (...) [e] muito exagerado na medida em que proclama o desaparecimento da realidade e a desintegração de distinções (...) fundamentais na sociedade e na cognição social" (2012, p. 62).

## **5.2. Lógica de mídia: para além de uma forma**

---

26 <http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/114-aproximacoes-ao-processo-midiatico-na-china>

A conversação entre os postulados teóricos latinos e europeus sobre a midiatização da sociedade está também no caráter de dualidade dos meios de comunicação. Tanto para Hjarvard (2012) quanto para Fausto Neto (2006), os meios estão integrados às operações de outras instituições, ou campos, sociais, ao mesmo tempo em que também adquiriram status de instituições, ou campos, sociais. Daí a importância da concepção de um campo midiático, como visto anteriormente.

Por seu caráter mediador de tensões entre diversos campos sociais, o campo midiático adquire uma posição central na sociedade. Dotado de materialidade, ele também segue aspectos que caracterizam os demais campos sociais, de acordo com gênese, natureza, legitimidade, simbólica, sistemas de regras e sanções. Porém, suas lógicas de funcionamento perpassam os limites do próprio campo e começam a se alastrar pelas práticas de sentido dos demais campos. É assim que o processo de midiatização da sociedade começa a ser manifestado.

Vários autores indicam que a midiatização é um processo pelo qual outros campos sociais adotam a lógica midiática como forma de atuação. Define-se, pois, a lógica midiática nos termos de três autores.

Segundo Sgorla (2009), pode-se depreender a ideia de lógicas midiáticas a partir do apontamento que ela faz sobre a estrutura de uma sociedade midiatizada, que "é tecida com base em gramáticas que ditam a visibilidade, anunciabilidade e a publicização exacerbada dos atores sociais" (2009, p. 63), e sua cadência está associada à velocidade com que se desenvolvem as tecnologias, já que, quando novos dispositivos tecnológicos ou novos modos de utilizá-los são criados, novas movimentações são geradas no espaço social, reajustando a cultura vigente.

Para Hjarvard (2012, p. 64), o termo "lógica da mídia" refere-se ao "*modus operandi* institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos e funcionam com a ajuda de regras formais e informais". O autor baseia-se em estudos europeus para afirmar também que a lógica da mídia influencia a forma que a comunicação é praticada, como é o caso da descrição da política nos textos dos veículos de comunicação.

Strömbäck (2008) aponta para a concepção de uma lógica midiática já em interseção com a lógica política, e recorre aos termos de Altheide e Snow (1979), que definem a lógica midiática como "uma forma de comunicação. (...) O formato consiste, em parte, de como o material é organizado, o estilo em que é apresentado, o foco ou a ênfase em características particulares de comportamento" (ALTHEIDE E SNOW *apud*

STRÖMBÄCK, 2008, p. 233). De forma menos abstrata, o autor utiliza essa definição para mostrar a dominância na prática social de valores-notícia e técnicas narrativas que a mídia usa para capturar a atenção do público e obter vantagem de seu meio e seu formato. "Estas técnicas narrativas incluem simplificação, polarização, intensificação, personalização, visualização e estereotipização, e o enquadramento da política como um jogo estratégico ou uma 'corrida de cavalos'".

Hjarvard (2012) adverte, porém, para dois aspectos: um cuidado ao pressupor que a dependência dos meios de comunicação por parte das instituições é negativa; e o reducionismo ao afirmar que a lógica que guia todos os meios está puramente associada à lógica de mercado. Apesar de os meios de modelo comercial serem norteados, sobretudo, por estas regras, elas não são aplicáveis - ou não deveriam ser - aos modelos público ou estatal. As consequências positivas ou negativas da mediação não podem ser determinadas em termos gerais, "é uma questão concreta e analítica que precisa ser abordada em termos de contextos específicos, onde a influência de meios de comunicação específicos sobre certas instituições é avaliada" (Hjarvard, 2012, p. 65).

Strömbäck (2008) adverte, também, no mesmo sentido, só que em relação à política e sua relação com a mídia. Para ele, não se deve tomar a mediação da política como algo implícita ou explicitamente comparada com uma época de ouro "quando a política era mais verdadeira com seus ideais, quando as pessoas eram civicamente responsáveis, ou quando os meios facilitavam, no lugar de erodir, o caminho da comunicação política e o trabalho democrático" (2008, p. 229).

Um dos precursores em considerar uma proposta de lógica de mídia foi Kent Asp que, em 1990, defendeu a necessidade de considerar três campos separados de influência para a análise da mediação, ou *midialização*: o mercado, a ideologia e o sistema de normas que envolvem os processos de produção da mídia. A ideia de uma lógica própria, então, é o ímpeto inicial da tradição institucional de pesquisa.

A discussão sobre as lógicas atuantes em uma sociedade mediada são alvo de constantes reflexões nas ciências da comunicação. Braga (2014) propõe um questionamento que convida a investigar estas lógicas sob um novo viés. Até o momento, o que é preponderante neste trabalho são as lógicas de mídia avançando sobre a atuação de outros campos sociais, de certa forma passivamente tomando-as como definidas, institucionalizadas no campo midiático. Ao perguntar se as lógicas de mídia se equivalem a lógicas de mediação, Braga (2014) afirma que os padrões que entendemos como próprios da mídia correspondem a processos estabelecidos por

práticas sociais, tomando-se por referência o rádio e a televisão, que por muito tempo foram centrais para os estudos na área.

As práticas, experimentadas por bastante tempo e sedimentadas em diversos campos, geraram padrões baseados nos hábitos. "Isso implicou um processo de institucionalização dos próprios meios, que acabou configurando o que pode, adequadamente, ser chamado de campo dos media" (BRAGA, 2014, p. 21). O autor reafirma que não se nega uma forte incidência de lógicas de mídia nos processos de midiaticização, porém ela não explica todo o processo como mera influência da mídia nem gera o descarte de outras lógicas interacionais.

Existe um alvo claro do autor, relacionado à perspectiva institucionalista. Braga (2014) destaca a importância de analisar-se a midiaticização em uma escala meso por meio das instituições e das práticas institucionalizadas. No entanto, afirma que este foco limita a experimentação ao que está efetivamente instituído, estabelecido, consolidado, limitando a quantidade de variações possíveis caso a caso, ao passo que ao desviarmos de uma lógica institucionalizada, torna-se possível identificar processos tentativos, experimentais, que são a principal razão de investigação, segundo o autor.

Para isso, então, Braga (2014) propõe três níveis de aprofundamento para a delimitação destas lógicas midiaticizadas. Primeiro, é necessário refletir sobre as lógicas de transição: "o que há, na situação em estudo e nas lógicas apropriadas, que direcione a seleção, a apropriação, as articulações e os tensionamentos; e que transformações sofrem aí as lógicas incidentes" (2014, p. 27).

Segundo, já resumido acima, busca o cuidado em não limitar a investigação da midiaticização às práticas institucionalizadas, descuidando dos processos de mudança que fogem às lógicas consolidadas. O autor desenvolve um enfoque a nível meso em torno de dispositivos interacionais, na busca por um ponto de encontro entre as lógicas estabelecidas e em desenvolvimento.

Terceiro, considera importante estudar como os campos sociais se comunicam entre si e com a sociedade, pois é nesse embate onde se encontram as possibilidades de efetiva criação, mas também os riscos de equívocos e desentendimentos. O que importa, para Braga (2014, p. 30), "é perceber o perfil, os desafios e os riscos da questão comunicacional posta pela transição; assim como o contexto, em processo de instauração, em que a sociedade se comunica com a sociedade".

Por fim, tomamos para este trabalho as considerações acima feitas por Braga (2014) para equilibrar a aplicação e o uso de termos e mesmo lógicas de mídia

embasadas em uma perspectiva relevante, necessária, porém insuficiente para o aprofundamento da investigação de uma pesquisa em midiatização.

### **5.3. Tensionamento: correntes europeia e latino-americana**

#### 5.3.1. Perspectiva semio-antropológica

Ao pensar a midiatização como um processo histórico resultante da condição biológica do homem e sua capacidade de produzir fenômenos midiáticos que alteram suas condições sócio-culturais, Eliseo Verón preocupa-se em expor a teoria da midiatização sob o viés semio-antropológico. Para Verón (2014, p. 14), a midiatização não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades humanas, mas é um resultado operacional da capacidade de semiose da humanidade.

Essa capacidade foi progressivamente ativada, por diversas razões, em uma variedade de contextos históricos e tem, portanto, tomado diferentes formas. Entretanto, algumas das consequências estiveram presentes em nossa história evolucionária desde o início e afetaram profundamente a organização das sociedades ocidentais muito antes da modernidade. (VERÓN, 2014, p. 14)

Por isso, a midiatização descreve uma sociedade midiática que é formada a partir da implantação gradual de tecnologias de comunicação no tecido social. Esta sociedade, então, é o efeito da criação e do uso da prensa gráfica, da fotografia, do cinema, do rádio, da televisão, que geram novas formas de discursividade. A capacidade semiótica da espécie humana se expressa, para Verón (2014), na produção de fenômenos midiáticos, que são, estes sim, uma característica universal de todas as sociedades humanas.

É possível identificar temporalmente momentos cruciais da midiatização, já que consiste no surgimento e na estabilização de dispositivos técnico-comunicacionais em determinadas comunidades humanas. Isto está longe de qualquer determinismo tecnológico, já que a apropriação de um dispositivo técnico por parte de uma comunidade pode tomar muitas formas diferentes.

Uma das consequências mais importantes destes momentos cruciais é a aceleração do tempo histórico (VERÓN, 2014, p. 16), que deve ser avaliado de acordo com o ritmo que caracteriza o período histórico referido. Outra consequência é a

descontextualização de significados, que abriu portas para quebras de espaço e tempo produzidas pelos dispositivos técnicos. Assim, "a história da mediação pode ser contada como a interminável disputa entre grupos sociais confrontados, tentando estabilizar sentidos; disputa que se torna, no decorrer da história da nossa espécie, cada vez mais complexa e condenada ao fracasso" (VERÓN, 2014, p. 17).

O resultado de um processo de mediação poderia ser, então, a transferência total das práticas coletivas ao universo dos meios, e a vida privada-cotidiana, pelo contrário, como o conjunto dos campos significantes não mediados (FERNÁNDEZ, 2014, p. 198). Esta nova vida tecno-social, então, origina um novo ambiente, no qual se institui um novo tipo de real, associado diretamente a novos mecanismos de produção de sentido.

Uma leitura semelhante é a que faz Antônio Fausto Neto que, em seu trabalho, centra atenções na mediação como prática social e prática de sentido. Para ele, é na esfera da circulação que as realidades são afetadas por suas lógicas, o que faz com que emergem novas formas de interação.

As mídias passam a ser vistas não mais como um transportador de significados, mas como um operador na produção de sentidos. Ou seja, elas abandonam a posição mediadora e passam a produzir referências sobre si próprias. "Isso se faz por processos, pelos quais a mídia se remete à mídia, em operações explícitas, mas também aquelas que se tornam difíceis de serem localizadas" (FAUSTO NETO, 2006, p. 13). Neste sentido, a mediação retoma os meios no interior de uma nova complexidade, pois tanto técnica quanto linguagem agem e constroem a própria vida social.

### 5.3.2. Um ponto de vista institucional

Diferentemente do que vimos antes, a perspectiva institucional para um estudo da mediação é bastante difundida entre teóricos europeus, em uma tentativa de entender o espalhamento das lógicas midiáticas em outras instituições autonomizadas. Para isso, existe uma aproximação de teorias sociais, voltadas ao funcionamento dos sistemas dentro de regras que ajudam a criar um efeito delimitador sobre determinados espaços e configurações.

Stig Hjarvard é uma das principais referências nesta perspectiva, assim como Andreas Hepp e, de forma mais delimitada à mídiatização da política, Jesper Strömbäck possui relevância na vertente institucionalista.

O objetivo dos autores pode ser resumido em "tentar entender as maneiras pelas quais as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura em resposta à onipresença da mídia" (HJARVARD, 2012, p. 54). No entanto, entender o funcionamento das instituições sociais em resposta à mídia também significa considerar que as mídias alcançaram um grau de autonomia e legitimidade que as tornam uma instituição.

Temporalmente, a perspectiva institucional entende que a mídiatização não é um processo universal, mas uma tendência que caracteriza principalmente as sociedades ocidentais altamente industrializadas, ou seja, a globalização é um fator importante para considerarmos a mídiatização. Conforme Hjarvard (2012), a globalização se relaciona de duas maneiras com a mídiatização: por um lado, pressupõe a existência de meios técnicos para estender a comunicação e a interação em longas distâncias; por outro, impulsiona a mídiatização através da institucionalização da comunicação e da interação mediadas em novos contextos. Além disso, a transcendência das fronteiras nacionais por parte dos meios sustentaram o processo de globalização. Nesta era, os meios proporcionam redes entre vários tipos de áreas geográficas e atores, e isso conduz a uma maior reflexividade cultural, pois, aos poucos, as culturas não se desenvolvem mais de maneira isolada de outras. Esta ideia, que se aproxima de uma aldeia global, como fala Marshall McLuhan, é materializada de forma contemporânea, e incluem-se a ela outros conceitos de disputa por hegemonia, luta simbólica, no plano sócio-cultural. Porém, como será visto no próximo subcapítulo, a mídiatização gera um movimento radial, uma força centrífuga, que se aproxima destes termos globalizantes e individualizantes, e uma força centrípeta, que reforça aspectos locais e nacionais.

A busca por uma teoria sociológica da mídiatização, um dos objetivos de Hjarvard (2012), precisa ser capaz de explicar e descrever as relações de dualidade entre instituição e interação. Instituições representam elementos estáveis e previsíveis da sociedade e constituem a estrutura para a comunicação e a ação humanas em determinado contexto. Elas também dão sustentação para a reprodução da sociedade dentro de uma determinada esfera, dando a ela certo grau de autonomia. Para isso, Hjarvard se refere, segundo Hepp (2014, p. 48), a uma forma particular da institucionalização dos meios de comunicação: a institucionalização social autônoma,

uma pré-condição para a influência de instituições de mídia sobre outras instituições sociais.

Hepp (2014, p. 50) afirma que para entender a midiaticização da política, é necessário fazer uma análise das instituições políticas, como partidos, grupos aliados, Poder Executivo, e suas relações com as mídias que funcionam como um "metacapital" para diferentes campos sociais. Para isto, enfatiza a necessidade de refletir sobre instituições e organizações também por meio de uma perspectiva socioconstrutivista, considerando o que Knut Lundby (*apud* HEPP, 2014, p. 50) lembra, de que não é viável falar de uma lógica geral da mídia, mas sim, de que é necessário especificar as diversas capacidades da mídia utilizadas em padrões variados de interações sociais.

De maneira geral, a midiaticização sugere, por esta perspectiva, aspectos quantitativos e qualitativos. No primeiro, refere-se à propagação temporal, espacial e social cada vez maior da comunicação midiática. Ou seja, com o tempo, nos acostumamos a nos comunicar pela mídia em diversos contextos. No segundo, Hepp (2014, p. 51) afirma que a midiaticização se refere ao papel da especificidade de certas mídias no processo de mudança sociocultural. O tipo de mídia usada para cada tipo de comunicação importa, por isso as diferenças entre as tradições são como elas definem a especificidade da mídia: "como lógica da mídia institucionalizada ou mais abertamente como um momento altamente contextual de comunicação transformadora" (HEPP, 2014, p. 51).

Andreas Hepp defende a fusão de características destas duas vertentes de estudos de midiaticização trabalhadas na Europa - institucionalista e socioconstrutivista - por entender que ambas possuem semelhanças o bastante para ser possível operacionalizar os estudos de midiaticização em torno delas. Entende-se, pois, que esta aproximação feita por Hepp (2014) é bastante útil para este trabalho e percebe-se semelhanças quando o autor defende a definição de mundos sociais baseados em configurações, nos termos de Norbert Elias, que serão explanados no item 4.4. As fundamentações são análogas à que desenvolve-se nesta pesquisa ao se apropriar do conceito de campos sociais proposto por Pierre Bourdieu.

### 5.3.3. Transposições e co-relações por uma aproximação empírica

Entende-se que seja importante para esta pesquisa a aproximação de dois referenciais de midiaticização. Em geral, os teóricos costumam falar sobre a necessidade

de aproximação destes estudos com a prática social. No entanto, uma das barreiras que precisa ser constantemente transposta nas pesquisas é a da operacionalização, ou seja, de que forma encontrar o objeto de estudo da mediação.

Uma boa analogia para isto é o que Gomes (2010) escreve, ao comparar a mediação com uma árvore: assim como a totalidade desta não é dada pela soma de suas partes - galhos, folhas, tronco, raízes -, mas pelos padrões de interconexões entre ela, o solo, o ar e a água, os processos midiáticos não são formados apenas por sua estrutura, mas pelas interconexões com a sociedade para a construção de sentido.

Para este trabalho, percebe-se uma complementariedade entre a perspectiva institucional e a semio-antropológica para a mediação. Em efeitos práticos, o que se pretende ter como objeto de estudo neste trabalho - a mediação da política na Argentina - dispense um cenário complexificado e histórico que envolve e cria a necessidade de um aprofundamento sobre as dinâmicas de funcionamento de campos sociais, instituições sociais e de mídia e processos de construção de sentido.

Isto explica, em parte, o levantamento histórico e o tratamento descritivo dado às relações entre o Estado e o sistema midiático argentino nos primeiros capítulos. Necessita-se desse conhecimento para a fase posterior de análise porque a mediação fala sobre a totalidade de um fenômeno. De nada adiantaria utilizar-se de um *corpus* proposto desde o início do projeto de pesquisa para extrair dele apenas supostos efeitos causados a partir da sua construção de sentido, deixando de lado todas as interconexões que, desde o campo político, por exemplo, geram efeitos no próprio *corpus*.

Aproximar as duas perspectivas permite uma melhor operacionalização, no sentido de que a perspectiva institucionalista supre algumas necessidades que, em larga escala, era necessário recorrer a teorias sociológicas como a teoria dos campos. Isso não significa deixar de lado esta teoria, já que, como vimos no capítulo anterior, o que Pierre Bourdieu propõe é útil para percebermos os campos político e midiático como relativamente autônomos, dotados de regras, legitimidade e sistemas de sanções.

É claro que há limitações ao perceber a mediação como uma interação e um espalhamento de competência entre instituições sociais porque o termo denota um ambiente fechado, limitado, com participantes externos e internos envolvidos todos sob uma ideologia, um mercado e uma lógica (HEPP, 2014). É possível compreender, então, a existência de campos sociais, de uma maneira mais ampla, dentro do qual existem instituições sociais determinadas a organizar integrantes do campo sob uma lógica que possibilitará a participação no espaço de lutas e tensões.

Porém, é dentro desta perspectiva que a teoria da midiaticização avança para ganhar força dentro da sociologia, etapa importante para a epistemologia da comunicação. Utilizar-se deste referencial teórico é também contribuir para a consolidação do conceito como chave para explicar um processo que caminha em conjunto com outros igualmente importantes, como a globalização, por exemplo.

Uma fusão entre os dois modelos é uma tentativa de tornar esta pesquisa mais coesa e completa em torno de um fenômeno social, que é o processo de mudança nas inter-relações entre a política e a mídia na Argentina após a aprovação da Lei de Meios Audiovisuais, em 2009. A perspectiva institucionalista, por seu lado, colabora ao explicar as relações entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner dentro dos campos midiático e político.

Entende-se que tanto um quanto outro buscam atuar em torno dos valores que defendem num ponto de interseção entre os campos político e midiático e, desta forma, suas lógicas se sobrepõem. Neste espaço, onde acontecem os processos de midiaticização da sociedade, o governo Kirchner fortalece seu próprio sistema de meios e deixa de depender da legitimidade atribuída por instituições de mídia pertencentes ao campo midiático, como o Grupo Clarín. Da mesma forma, o Grupo Clarín tem sua legitimidade ameaçada por esse sistema de meios governamental, e começa a sobrevaler seu poder simbólico no campo midiático para sua atuação política em defesa de seus interesses.

Há um modo de visualizar esta configuração que pode parecer antagônico. Vistos como instituições, conforme Hjarvard (2012), o Grupo Clarín e o governo Kirchner são estruturas, dotadas de regras e sistemas de sanção que conferem relativa autonomia. De outra forma, como aponta Fausto Neto (2006), dispositivos midiáticos deixam de ser apenas suportes e tornam-se atores sociais, bem como estes suportes tornam-se parte da dinâmica de funcionamento de outros campos, ou instituições, como é o caso do uso que o governo Kirchner faz ao adotar formatos midiáticos para sua ação política. No entanto, há uma complementariedade também aí, já que a necessidade de entender o fenômeno comunicacional dispense atenção tanto para o agente quanto para a estrutura, pois ambos são indissociáveis.

Identificar estes efeitos que a midiaticização ocasiona tanto no campo midiático quanto no campo político, neste trabalho, acarreta na utilização da perspectiva semi-antropológica. Isto porque se entende que a construção de sentidos produzida a partir da mudança na relação entre os campos sociais na Argentina geram rupturas de escala na dinâmica de funcionamento de ambos, mais do que qualquer outra alteração ocorrida

nas décadas anteriores. A semiose social, conforme Eliseo Verón, também discorda da pragmática, ao entender que na análise de uma produção é possível apreender pelo menos um campo de efeitos de sentido que, longe da intencionalidade, ocupa-se da circulação que se dá à produção e ao reconhecimento dos discursos sociais (RAIMONDO ANSELMINO, 2010).

Esta perspectiva, então, é profícua em apontar as estratégias discursivas levadas pelos dois programas analisados - 6-7-8 e *Periodismo Para Todos* - e observar a trama complexa que se tece entre as gramáticas de produção e de reconhecimento, que articulam os dois níveis quando, por exemplo, um se utiliza do outro para produzir sentido, ainda que ambos estejam postos em situações distintas. Mais do que isso, há efeitos de sentido detectáveis para além das fronteiras temporais e espaciais dos programas de televisão, o que inclui, também, efeitos sobre integrantes dos campos sociais e das instituições com os quais se inter-relacionam os programas.

Estas aproximações tornam as duas vertentes de pesquisa em mediação úteis para este trabalho. Na próxima unidade, fundem-se operacionalizações pertencentes a ambas as tradições.

#### **5.4. Operacionalizando a mediação**

Vistas as principais vertentes de estudo sobre o processo de mediação, necessita-se, a partir deste ponto, uma aproximação empírica para que possamos operacionalizar a teoria com a prática social. Nesta unidade, faz-se um compilado de aplicações práticas que a mediação proporciona para que possamos acessar o *corpus* de pesquisa.

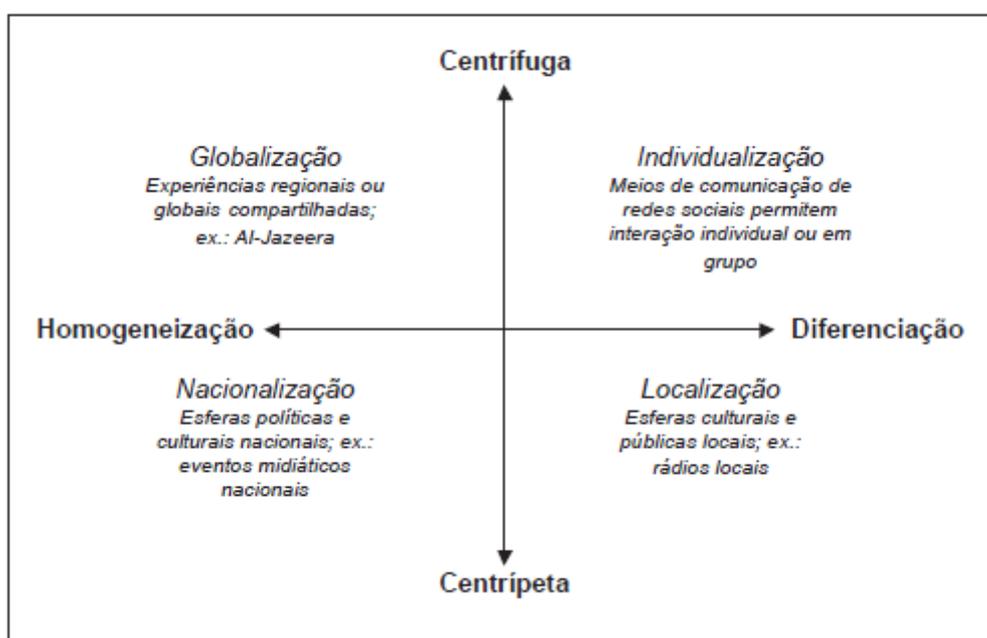
Percebe-se a formação de uma nova geografia social, segundo Hjarvard (2012), que perpassa ideias trabalhadas pela sociologia há décadas. Dentre os vários fenômenos focados pela disciplina - industrialização, secularização, urbanização e individualização - a mediação deveria ser vista em paridade com a urbanização e a individualização, já que os meios de comunicação contribuem para desvincular as relações sociais de contextos existentes e também para reinseri-las em novos contextos sociais.

Hjarvard (2012) propõe um diagrama que mostra a capacidade de expansão e todas as direções de movimento que a mediação da sociedade proporciona. Este diagrama cartesiano resume processos contraditórios desenvolvidos pelos meios que contrapõem forças centrífugas e centrípetas, de acordo com a exteriorização ou

introversão do ambiente midiático. Em outro sentido, contrapõe o efeito de homogeneização com o de diferenciação, já que a proliferação de canais de rádio e televisão, por exemplo, diminui a chance de uma atividade que envolva a todos, apesar de isto ainda acontecer ocasionalmente.

Em cada quadrante, então, está colocada uma tendência social diferente que pode ser facilitada pelo desenvolvimento midiático a níveis micro e macro, e incluem globalização, individualização, nacionalização e localização. A tendência predominante depende do contexto específico.

Figura 3 - Miatização e nova geografia social. As possíveis direções que a miatização da sociedade pode tomar são expressas neste diagrama por Hjarvard (2012, p. 86).



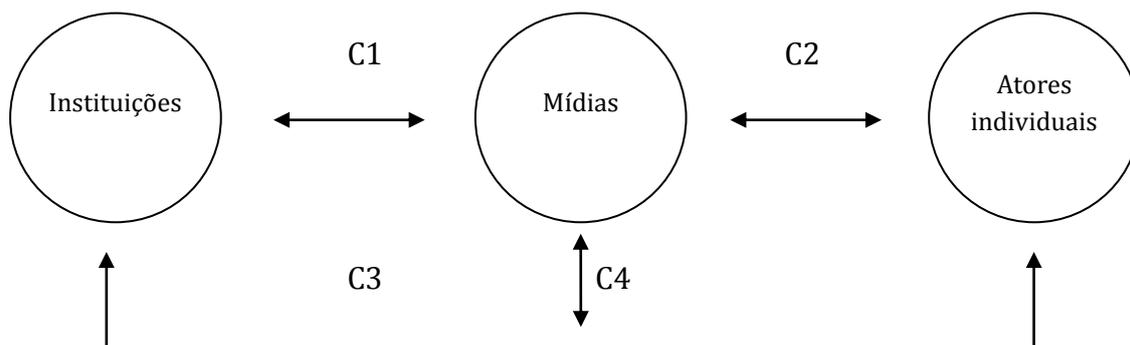
Fonte: Hjarvard (2012, p. 86).

Em seu esquema para a análise da miatização, Verón (1997) já falava que esta investigação deveria estar situada nas inter-relações entre pelo menos dois grupos. Conforme o diagrama proposto, as mídias ocupam um lugar central na sociedade, mas agem sobre todos os processos de troca entre instituições e atores sociais, bem como sofre influência deles.

As mídias também são instituições, mas devem ser distinguidas em razão da sua centralidade necessária para entender a miatização. As instituições designam as organizações da sociedade que não são entendidas como meios, e os atores são individuais para excluir dessa classificação os atores sociais coletivos, pois é justamente

à formação desses coletivos que se referem as letras C postas sobre as setas duplas. Verón (1997) explica o porquê disso ao elucidar que “cidadãos”, por exemplo, “designa um coletivo que articula os atores individuais às instituições do sistema político democrático” (1997, p. 15).

Figura 4 - Esquema para a análise da midiaticização. Fonte: Verón (1997, p. 15).



As relações de seta dupla são as mais importantes para o entendimento do processo de midiaticização. Eliseo Verón exemplifica cada uma dessas relações, e algumas delas terão importância para a análise. Em C1, Verón (1997) relata a questão da relação entre meios e sistema político. “As transformações nos modos de funcionamento do sistema político afetam por sua vez aos meios; modificam, por exemplo, as modalidades de construção dos programas jornalísticos na televisão” (1997, p. 16). Em C2, incluem-se todos os processos midiáticos que afetam o indivíduo na vida cotidiana. Em C3, o autor discorre sobre a transformação da cultura interna das organizações por obra da midiaticização. O item C4, por fim, “evoca as questões que tocam aos processos pelos quais os meios afetam a relação dos atores individuais com as instituições” (1997, p. 16).

Em C1, por exemplo, busca-se compreender de que forma *Periodismo Para Todos* se relaciona com o governo Kirchner e como 6-7-8 propõe uma nova modalidade de construção jornalística para se relacionar com o Grupo Clarín. Em C4, um aspecto central da análise: entender como as mídias, 6-7-8 e *Periodismo Para Todos*, afetam a relação das instituições com os atores individuais. Neste ponto, percebe-se a transformação dos meios, antes suportes, agora atores. Para esta pesquisa, as setas C2 e C3 são irrelevantes.

Como a midiatização se trata de um processo histórico, um determinado fenômeno acontece também em um momento particular, com condições sociais, políticas e tecnológicas próprias. Esta característica da pesquisa em midiatização leva a duas operacionalizações possíveis, de maneira geral: uma está na pesquisa comparada entre dois momentos históricos, ao qual se depreende o processo de mudança social; outra está na pesquisa localizada, que objetiva entender uma determinada configuração e seu funcionamento.

Esta percepção leva à proposta de uma operacionalização diacrônica ou sincrônica, conforme Hepp (2014). A pesquisa em midiatização diacrônica é a maneira mais óbvia, pois corresponde a uma comparação no tempo. Investiga-se configurações comunicativas em diferentes pontos no tempo, e compara-se os resultados. Esse tipo de pesquisa precisa ser, conforme o autor, ou historicizante, quando procura reconstruir a configuração comunicativa de um momento passado, ou projetiva, quando desenvolve um tipo de painel ou planejamento de longo prazo qualitativo ou quantitativo quanto a uma evolução futura.

Já a pesquisa em midiatização sincrônica, ao tomar a midiatização como um processo não-linear, considera certos momentos eruptivos que Hepp (2014, p. 59) chama de "ondas de midiatização". Isto indica que certos desenvolvimentos midiáticos resultam em um ambiente de mídia diferente, que produz novas configurações. A sincrônica pode, também, ser comparativa ao analisar as experiências compartilhadas por diferentes gerações em uma mesma configuração comunicativa.

A necessidade de localizar determinado conjunto de fatores que tornam aquela situação comunicacional particular para a pesquisa leva à necessidade de entendê-la como uma configuração comunicativa. Hepp (2014) busca em Norbert Elias o conceito de configuração social. Para Elias (*apud* HEPP, 2014, p. 55), configurações são "redes de indivíduos" que formam uma entidade social maior através da interação recíproca. "Essa entidade pode ser uma família, um grupo, um estado, ou sociedade: em todos esses casos, essas entidades sociais podem ser descritas como diferentes redes complexas de indivíduos (2014, p. 55).

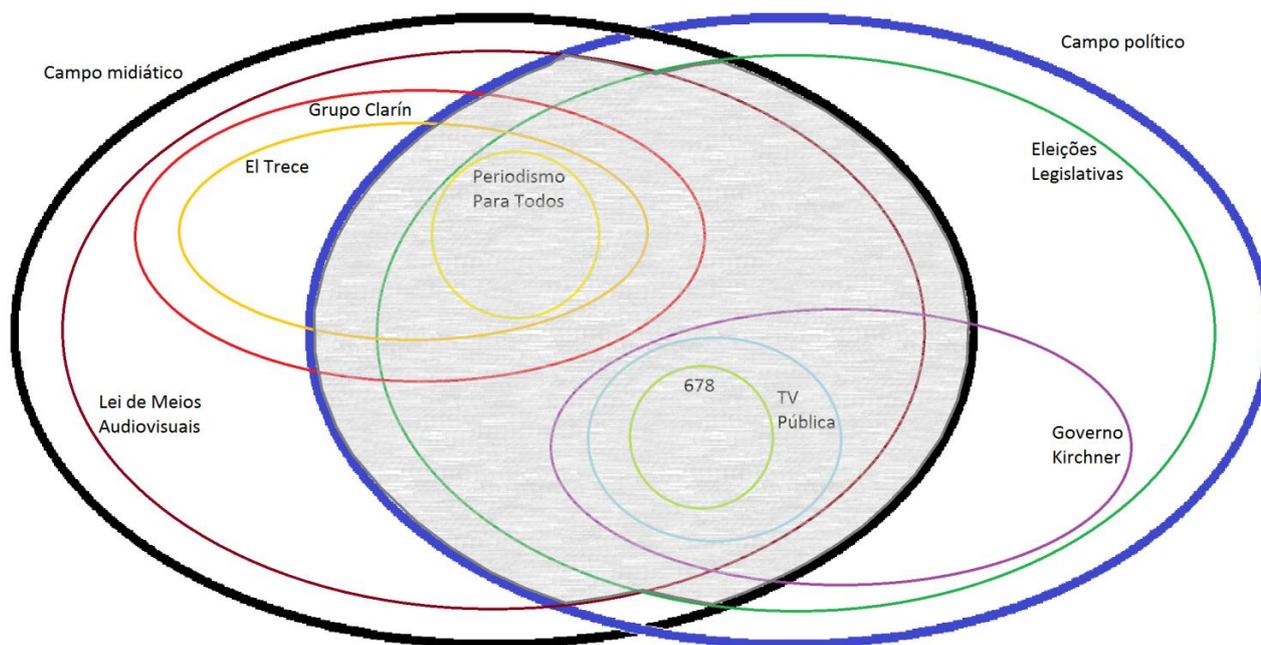
De certa forma, uma configuração, que é considerada até mesmo por Elias como uma simples ferramenta conceitual, possui algumas características que a tornam similar ao conceito de campo. Porém, é claro, não possui uma abrangência tão grande nem tão aprofundada quanto a definição de Pierre Bourdieu. A configuração tende a ser mais

localizada e reúne uma gama de processos que envolvem as regras de um jogo mais delimitado.

Uma configuração comunicativa normalmente é baseada em vários meios, e se tornam pesquisáveis em função destas mudanças. É caracterizada pela constelação de atores específica, que compõe uma base estrutural, e possui um enquadramento temático que serve como tópico de ação-guia. Lida-se com formas de comunicação, que podem incluir formas recíprocas, de comunicação de massa ou virtualizada em ambientes computadorizados. Por último, um conjunto de mídia pode ser identificado para cada configuração. Isso descreve a totalidade da mídia através da qual uma configuração comunicativa existe (HEPP, 2014).

Este diagrama tenta mostrar a configuração comunicativa que interessa à análise empírica. Fundem-se a ele outros conceitos. Entende-se que os processos de midiatização acontecem em áreas de inter-relação entre campos sociais. Desta forma, distribui-se no interior dos campos político e midiático onde estão situadas instituições importantes para a análise: o Grupo Clarín e o governo Kirchner. Pertencentes a cada um deles, estão, respectivamente, o *Canal Trece* e a TV Pública, onde são veiculados *Periodismo Para Todos* e *6-7-8*. Define-se, também, dois eixos temáticos, predominantemente situados em cada um dos campos sociais: a Lei de Meios Audiovisuais e as Eleições Legislativas de 2013.

Figura 5 - Diagrama proposto pelo autor para o entendimento da configuração comunicativa que será objeto de análise empírica.



Dentro desta configuração, uma variante necessária para entendermos como as formas de construção jornalística sofrem influência dos modelos democráticos em vigência, Strömbäck (2005) transpõe quatro padrões democráticos e algumas implicações que causam à prática jornalística: democracia processual, democracia competitiva, democracia participativa e democracia deliberativa.

A democracia processual é caracterizada por um sistema democrático novo, recente, quando seus valores básicos e requisitos mínimos são preenchidos, como o direito ao voto, a liberdade de expressão e de imprensa, por exemplo. Para o jornalismo, a consequência deste modelo é a criação de um livre mercado de ideias à disposição de proprietários de mídia, editores e jornalistas, que agem sob a proteção dos preceitos democráticos básicos. É claro que a demanda por parte do público é um fator determinante de interferência nesta liberdade. Porém, nestes modelos de democracia, conforme Strömbäck (2005), mecanismos de mercado são preponderantes.

Na democracia competitiva, a participação dos cidadãos está direcionada para a escolha política em processos eleitorais. São estritamente os políticos que atuam, enquanto os cidadãos reagem a isso. As eleições servem, então, para as pessoas serem ouvidas, para "jogar fora os malandros" (STRÖMBÄCK, 2005, p. 334), para eleger uma alternativa política ou também, em função de sua natureza competitiva, no mínimo, perceber que qualquer vencedor será mais qualificado do que seria na ausência de eleições. Para o jornalismo, isto implica num ambiente em que se deve prover informação correspondente à realidade, com uma distinção clara da ficção. Há a necessidade de monitorar as elites políticas, o que elas prometem e o que elas cumprem. Neste modelo, prevalece também o enquadramento da política como uma "corrida de cavalos".

Já a democracia participativa possui uma vida pública com cidadãos mais engajados em fazer parte do processo político e da tomada de decisões, reunidos em torno de valores como reciprocidade, tolerância, cooperação e crença. Com isto, o jornalismo está mais sujeito à agenda do público e o enquadramento se dá sobre questões relevantes da política, como a discussão de propostas, problemas e soluções, deixando de lado a competição, a "corrida de cavalos". Este modelo de prática jornalística é o que mais se aproximaria de um conceito de "jornalismo público", conforme Strömbäck (2005).

Por fim, a democracia deliberativa está fundada em encontrar decisões políticas resultantes da discussão na esfera pública tanto quanto em configurações menores,

baseadas numa participação ativa das pessoas considerando valores de racionalidade, imparcialidade, honestidade intelectual e igualdade entre os participantes. Isto leva a crer que o público seja politicamente interessado e engajado e demande mídia e jornalismo para mobilizar o interesse de outras pessoas. Este modelo percebe que a democracia nunca se tornaria mais deliberativa sem a participação ativa da mídia e do jornalismo.

Os modelos não são excludentes nem fechados, como afirma Strömbäck (2005). Aproximá-los da situação política argentina os tornam interessantes porque é possível que os modelos co-existam. Ao considerarmos os dois programas em questão, em *Periodismo Para Todos* e 6-7-8 há uma forte polarização, característica de uma democracia competitiva. A proposta de 6-7-8, teoricamente, no entanto, se aproxima de uma democracia participativa, porém, manifesta na prática poucos aspectos deste modelo, assim como *Periodismo Para Todos*, que mantém o foco no monitoramento e em escândalos das elites políticas.

Para a análise da midiatização, Fausto Neto (2008) elenca alguns itens a serem considerados ao focar no funcionamento do campo midiático, com ênfase no discurso jornalístico. Para o autor, a escolha sobre esta angulação se deve ao fato destes discursos se constituírem num dispositivo que possui autonomia crescente como um operador de complexidades e também de construção de realidades por suas próprias operações de sentido.

a) Transformações da "topografia jornalística" como espaço "organizador do contato" - frequência de relatos sobre a organização e o funcionamento da dinâmica de seus ambientes de trabalho. Jornalistas como atores, com referências à sua existência como vitrine do próprio processo produtivo.

b) Auto-referencialidade do processo produtivo - objetiva a criação de um novo contrato de leitura através do qual as mídias se tornam seu próprio objeto. Produz uma enunciação que privilegia suas próprias operações, uma auto-celebração da prática jornalística.

c) Auto-reflexividade posta em ato - operações discursivas que procuram refletir sobre os desafios e os efeitos de um "modo de dizer", que chama atenção para as concepções do dispositivo sobre o seu trabalho e o seu processo produtivo.

d) Estratégias de protagonização do leitor - participação do leitor, telespectador ou ouvinte nas operações discursivas, por meio de estratégias que partem do sistema produtivo.

Já Strömbäck (2011), focado em aspectos da midiatização da política, busca algumas características detectáveis no discurso jornalístico que indicam o grau de midiatização de um conteúdo. São três itens: visibilidade do jornalista na notícia, enquadramento da política com questões políticas relevantes e enquadramento da política como jogo estratégico.

a) Visibilidade do jornalista - presença do jornalista na cobertura fazendo stand-up, âncora entrevistando jornalista ao vivo ou âncora entrevistando jornalista em estúdio.

b) Enquadramento da política com questões relevantes - apura a forma como os assuntos são retratados, se há questões de políticas públicas, impactos e implicações gerais na legislação, busca entender problemas e soluções.

c) Enquadramento da política como jogo estratégico - mede o grau em que o conteúdo retrata a política como uma "corrida de cavalos", em que a construção discursiva sobre a vitória ou a derrota em eleições, debates, negociações ou coligações se sobrepõe.

Esta configuração será útil para a extração do *corpus* de pesquisa a ser explicitado na próxima unidade, quando as estratégias metodológicas e a técnica de extração de dados, baseada em Becker (2012), Strömbäck e Dimitrova (2011) e Fausto Neto (2008), serão detalhadas.

## 6. ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

As discussões da agenda pública a partir de meados de 2008 com relação ao sistema midiático argentino suscitaram curiosidades e dúvidas sobre o funcionamento da relação entre o campo midiático e o campo político na Argentina. A entrada do governo Kirchner em um negócio até então exclusivamente de exploração do campo midiático, como foi o caso dos direitos de transmissão do futebol argentino, deram início a essa inquietação, que se desenvolveu com a perenidade da discussão sobre o sistema midiático argentino na agenda pública e política.

A partir disso, houve a identificação de dois programas televisivos argentinos como importantes vozes antagonistas nesta discussão: *6-7-8*, veiculado pela TV Pública, integrado a esta temática desde sua origem, em abril de 2009; e *Periodismo Para Todos*, veiculado pelo *Canal Trece* desde abril de 2012. A criação e a aplicação da Lei de Meios Audiovisuais possuem relação direta com este conflito simbólico, já que, ao mesmo tempo, ela é causa e consequência das dissonâncias entre o governo Kirchner e os grupos midiáticos considerados opositores.

*6-7-8* analisa criticamente o trabalho e a abordagem feitos pelos meios de comunicação privados do país. O fato de ser exibido na TV Pública, que corresponde a um modelo estatal de televisão, segundo Jambeiro (2008), que mescla as variantes político-partidária e cultural-educativa, predispõe e confirma o posicionamento oficialista. Consiste na exposição de informes críticos à cobertura midiática de determinados assuntos, permeados por recursos sonoros e visuais, que permitem a ênfase e o direcionamento da atenção do conteúdo a determinadas informações. Os acontecimentos relatados são, posteriormente, comentados em uma mesa redonda, com a presença ou não de convidados (ou visitantes, como costuma anunciar o programa). É exibido semanalmente à noite, de terça a quinta-feira e aos domingos.

*Periodismo Para Todos* analisa criticamente as ações governamentais do país, explorando questões políticas, denúncias de corrupção e esquetes humorísticos que satirizam, principalmente, personalidades políticas do país. É exibido aos domingos à noite pelo *Canal Trece*, de propriedade do Grupo Clarín, o que, no contexto de aplicação da Lei de Meios Audiovisuais, faz se tornar uma plataforma de enfrentamento ao kirchnerismo. Os altos índices de audiência do programa levaram o governo a alterar os horários de transmissão de partidas do futebol argentino na TV Pública para competir

com o programa<sup>27</sup>. Estrutura-se, de maneira geral, com um monólogo de seu apresentador, Jorge Lanata, seguido de reportagens, eventuais entrevistas em estúdio e comentários.

O período de extração de dados corresponde ao intervalo entre o dia 22 de setembro e o dia 10 de novembro. A data inicial corresponde ao início da campanha política em meios audiovisuais (35 dias antes da data definida para a eleição, conforme o Código Eleitoral Nacional), e a final, à entrega do plano de adequação do Grupo Clarín à Lei de Meios Audiovisuais (feita no dia 4 de novembro, porém, opta-se por completar o ciclo de repercussões sobre o acontecimento nos programas analisados, o que estende a apreciação até o domingo posterior a essa data).

Contabiliza-se, dessa forma, 28 edições de 6-7-8 e sete edições de *Periodismo Para Todos*. Soma-se, neste total, respectivamente 30h27min e 11h46min de programas exibidos. No entanto, como o objetivo do trabalho versa sobre os campos político e midiático e suas inter-relações, seleciona-se, com base na descrição dos temas abordados durante os programas em seus respectivos websites, na escalada - no caso de 6-7-8 - e no monólogo de Jorge Lanata - no caso de *Periodismo Para Todos* - apenas acontecimentos relatados e comentados que possuam co-relação entre pelo menos duas das seguintes temáticas: Grupo Clarín (veículos e atores individuais), governo Kirchner (atores coletivos, partidários e aliados), Lei de Meios Audiovisuais e Eleições Legislativas. A delimitação acima pode ser explicitada por meio do diagrama da Figura 1 (p. 6 e 71), na perspectiva de uma sociedade midiaticizada, reproduzido da unidade anterior deste trabalho.

A área sombreada corresponde à interseção onde se manifestam os processos de midiaticização, ou seja, locais em que o campo político sofre transformações pelo fato da existência de meios e, mais do que isso, pelo funcionamento destes atores através de lógicas midiáticas. Evidentemente, não se considera o campo social como um espaço fechado, com fronteiras, como um círculo, e também há que se considerar que diversos outros campos sociais podem se inserir em interseção neste diagrama, como é o caso do campo econômico, do qual faz parte também o Grupo Clarín.

---

27 Em 26 de maio de 2013, o Governo mudou o horário da partida entre Newell's Old Boys e Boca Juniors para competir com *Periodismo Para Todos*. A partida começou com uma alta audiência: 14,7 pontos, e chegou a um pico de 25,6 pontos. Quando *Periodismo Para Todos* começou, no intervalo da partida, a transmissão esportiva, que estava com 21,3, caiu abruptamente, sendo ultrapassado pelo programa de Jorge Lanata, que se manteve na liderança até o fim alcançando picos de audiência de 30 pontos. Fonte: <http://www.infobae.com/2013/05/26/712484-minuto-minuto-la-pelea-lanata-y-el-futbol-todos-el-rating>

Considera-se este campo de observação posicionado em uma sociedade mediatizada, que estaria, neste diagrama, colocado fora destes círculos delimitados numa condição macro no espaço e no tempo, que tomamos como pressuposto para o estudo mas que não podemos comprovar ao todo sua existência, tal qual nos mostra Kurt Gödel em seu Teorema da Incompletude. Da mesma forma, se limitado aos círculos, não se trata de um sistema completo em que dentro dele tudo possa ser explicado e comprovado. Mais do que o fechamento de um conceito ou de uma relação, o diagrama é um exercício de visualização que engloba os principais campos, instituições e dispositivos em análise e os coloca em inter-relação.

Ao aplicar esta delimitação sobre o número total de reportagens (R), entrevistas (E) e comentários (C), chega-se a um número de 88 incidências em 6-7-8 onde há correlação conforme a interseção de campos e instituições dispostas acima, e 38 incidências em *Periodismo Para Todos*.

Para chegar a este número, o autor identificou todas as temáticas tratadas nas 28 edições analisadas de 6-7-8 e nas sete de PPT, o que está disponível no Anexo 1. Do total de assuntos anunciados pelos programas e identificados pelo autor deste trabalho, exibidos no formato de reportagem, entrevista e/ou comentário, em 88 situações, no caso de 6-7-8, as temáticas poderiam ser situadas na área escura do diagrama. No caso de PPT, foram 38 ocasiões. Ou seja, estão posicionadas numa área de interseção entre os campos político e midiático, onde os processos de mediatização se manifestam, somado ao fato de estar relacionado com pelo menos uma de outras quatro categorias macro: Lei de Meios Audiovisuais, Eleições Legislativas, Governo Kirchner e/ou Grupo Clarín.

Desta forma, uma triagem é feita e identifica-se temáticas em que é possível traçar uma analogia entre os dois programas, e outras temáticas que não são tratadas por ambos, mas que possuem uma mesma origem, o que as caracteriza como uma homologia. As temáticas análogas e homólogas estão listadas no Anexo 2. No caso das analogias, em que é possível comparar as abordagens, são 36 reportagens, entrevistas e/ou comentários em 6-7-8 e 22 em PPT. No caso das homologias, são 46 itens em 6-7-8 e 14 em PPT.

A partir desta identificação, cria-se categorias temáticas de acordo com sua natureza análoga ou homóloga: caso Noble Herrera e Banco Nacional de Dados Genéticos, Cristina Kirchner, Eleições Legislativas e aplicação da Lei de Meios.

Vale salientar, também, a assimetria no total de incidências entre os dois programas: justifica-se pelo fato de 6-7-8 possuir quatro edições semanais, enquanto *Periodismo Para Todos* apenas uma. A realidade da discussão política e da polarização discursiva se sobrepõe a essa limitação do corpus de pesquisa.

Neste total, parte-se então para a segunda etapa da pesquisa, que utiliza o método da leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais, concebida por Becker (2012), que divide a extração de dados em quatro etapas: descrição, aspectos quantitativos, aspectos qualitativos e interpretação dos resultados e enunciados midiáticos. É importante salientar que, nos estudos de midiatização, ainda há uma gama de pesquisadores que buscam a sistematização de uma metodologia que abarque, em vários aspectos, esta escola teórica.

Na descrição, etapa já executada nos capítulos 2 e 3, explica-se o contexto histórico do qual faz parte a criação dos dois programas e a dinâmica de funcionamento midiático a partir da criação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina. Faz-se um recorrido histórico da televisão, as relações entre o sistema midiático e a política de comunicação dos governos desde a década de 50, relata-se diferenças e semelhanças entre os programas, a disputa por audiência, quem são os apresentadores e a que canais e empresas eles estão vinculados.

A extração dos aspectos quantitativos ajuda a caracterizar as estruturas do texto, as temáticas, os enunciadores, os recursos visuais e sonoros e as edições utilizadas pelos dois programas. Com estes itens extraídos, é possível perceber como são produzidos os programas e de que forma eles vão ao ar. A estes aspectos quantitativos, incluem-se itens de análise propostos pela metodologia de Strömbäck e Dimitrova (2011) para a midiatização da política: visibilidade do jornalista e enquadramento da política com questões relevantes ou jogo estratégico.

Quanto aos aspectos qualitativos, Becker (2012) categoriza três princípios de enunciação: fragmentação, dramatização e definição de identidades e valores. Estes aspectos são preenchidos com base no material extraído nos aspectos qualitativos, contextualizados pela descrição. A estes itens, incluem-se também características apontadas por Fausto Neto (2008) para uma analítica da midiatização: transformação da topografia jornalística, auto-referencialidade, auto-reflexividade e estratégias de protagonização, neste caso, do telespectador.

A partir destas categorizações, analisar-se-á os dispositivos de enunciação a partir de suas temáticas, de acordo com aspectos de análise televisual estruturados com

base na proposta metodológica de Becker (2012). Parte-se, então, para a divisão por temáticas, quatro delas macro: Grupo Clarín (dispositivos midiáticos e atores individuais), governo Kirchner (atores coletivos, partidários e aliados), Lei de Meios Audiovisuais e Eleições Legislativas.

Na etapa seguinte, a interpretação dos resultados e enunciados midiáticos, conforme metodologia não esclarecida por Becker (2012) se dará por meio de analogias e homologias entre os dois programas, a partir dos aspectos extraídos de cada unidade de análise de acordo com eixos temáticos macro, conforme descrito acima, e micro, a partir de subdivisões dentro destes grupos e inter-relações entre eles. O método é proposto por Ferreira (2012) e desenvolvido atualmente. Destes resultados, busca-se uma análise mais aprofundada em tensão com os referenciais teóricos propostos neste trabalho em busca de hipóteses e aferições sobre o processo de midiaticização da política na Argentina.

O objetivo de trabalhar com analogias e homologias como metodologia de pesquisa é distanciar-se da análise de conteúdo, considerando-se que os objetos não são idênticos às linguagens que sobre eles construímos. A análise deve transitar entre compreensão e explicação e, desta forma, busca-se materiais selecionados conforme a inserção em uma visão de mundo identificada na análise das obras articulada com a busca de relações entre estas e as posições sociais e ideologias.

A analogia se relaciona ao diagrama e ao fato observado, e torna-se uma operação solidária à definição de abdução, localizando-a como parte da construção de hipóteses. Permite, então, que se busque razões com denominadores comuns, inferindo a partir de características compartilhadas, e permite, assim, a ampliação, tal qual sugerida pela hipótese.

No contexto da midiaticização, sem fechamentos teóricos, as angulações das hipóteses podem ser diversas, pensadas como possibilidades direcionadas a interpretações sobre um conceito e teorias em andamento juntamente com a pesquisa empírica. Há a preocupação, no entanto, de que a amostragem, o corpus investigado esteja constituído inferencialmente a partir de analogias e homologias, expressos na próxima unidade.

## 7. ANÁLISE

Divide-se a análise dos dados em três etapas. A primeira, mais sistemática, ajuda a compreender o material que será analisado, faz-se uma análise televisual dos dois programas, 6-7-8 e PPT, de acordo com Becker (2012) e, a partir da categorização temática de reportagens, comentários e entrevistas que serão analisados, define-se as analogias e homologias possíveis para o aprofundamento sobre os processos sociais e de midiaticização.

Nesta etapa, detalha-se os enunciados inclusos em cada grupo temático aos quais se pode traçar uma comparação entre as abordagens de ambos os programas por serem análogos. A seguir, identifica-se temáticas homólogas dentro de categorias sobre as quais se pode circunscrever numa mesma gênese, ainda que não se possa comparar diretamente.

Considerando as inferências conduzidas a partir deste momento, parte-se para uma análise macro, que ajuda a compreender a circulação de sentidos numa perspectiva midiático-social, remetendo à discussão que engloba instituições e campos sociais em uma ambiência de transformação a partir da intensificação do uso dos dispositivos midiáticos.

A seguir, busca-se a compreensão do material empírico pelo viés da circulação midiático-comunicacional. Nesta etapa, considerada micro-analítica, o objetivo é remeter às relações entre produção, consumo e recepção.

### 7.1. Definição do corpus de pesquisa

Desde a identificação dos dois programas televisivos 6-7-8 e *Periodismo Para Todos* como importantes ferramentas para investigar o processo de midiaticização na Argentina no contexto de um conflito entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner, surgiu o desafio de identificar um *corpus* de pesquisa que pudesse contemplar de maneira satisfatória o ambiente em transformação.

Inicialmente, o anteprojeto de pesquisa previa a extração das edições dominicais de ambos os programas. Desde início de 2012, quando *Periodismo Para Todos* foi criado, até meados de 2013, 6-7-8 estava inserido em um ambiente de concorrência por audiência: no horário nobre da televisão aberta, domingo à noite. No entanto, a partir de maio de 2013, a TV Pública decidiu alterar a grade de programação, colocando o

programa Fútbol Para Todos no mesmo horário de PPT, com o aparente objetivo de vencer a briga por audiência.

Além disso, percebeu-se que a análise apenas da edição dominical de 6-7-8 seria insuficiente para compreender o material empírico. Optou-se, então, por considerar a análise das quatro edições semanais do programa. A escolha contribui para uma abordagem mais ampla sobre as temáticas tratadas em 6-7-8 e em PPT de maneira comparativa.

O entendimento de que esta mudança no *corpus* de pesquisa supriria os objetivos deste trabalho de melhor maneira trouxe pontos positivos à pesquisa, mas acentuou diferenças que se esclarece aqui como fatores que podem ou não ser limitantes à análise.

1) Assimetria - no total, foram extraídas 28 edições de 6-7-8, totalizando 30 horas e 27 minutos de materiais. De PPT, foram extraídas 7 edições, que totalizam 11 horas e 46 minutos de programa. Todas as edições de ambos os programas são disponibilizadas na íntegra em seus sites oficiais, de onde foram retirados para análise. Esta diferença absoluta resulta também numa assimetria em relação às temáticas abordadas, já que 6-7-8 possui uma diversidade maior, pois transita em pautas sobre cinema, música e futebol também. Além disso, as reportagens são mais curtas. Por parte de PPT, o que o diferencia de 6-7-8 são as reportagens em profundidade, com uma significativa diversidade de fontes, e as esquetes humorísticas.

2) Estética - os programas não são semelhantes em estrutura e aparência. Tornam-se semelhantes por possuírem um mesmo ponto de origem, o que os coloca como homólogos entre si. Ou seja, ambos são produtos de um mesmo ambiente em transformação, que vivem as mudanças geradas pelo conflito entre campos sociais em torno da Lei de Meios Audiovisuais. É possível perceber na Figura 1 que, de acordo com o diagrama, os programas não se relacionam entre si, mas se originam de campos sociais particulares para ocuparem espaço relevante numa ambiência midiaticizada.

3) Limites da circulação - as temáticas não começam nem se encerram no próprio programa. Mais do que isso, elas são retomadas diariamente, com frequência, transitando no próprio programa tanto quanto no outro, pois existem pontos de contato entre os quais os programas conversam entre si. Este fragmento de circulação fica prejudicado no início e no fim da amostragem. Apesar do risco que se assume, o período, no entanto, é relevante por compreender uma transição temática que contempla os objetivos inicialmente propostos de maneira satisfatória dentro da configuração observável.

Considerando estas questões, o intervalo de tempo sobre o qual foi extraído o *corpus* de pesquisa busca suprir os objetivos propostos ao delimitar satisfatoriamente a configuração observável proposta no diagrama inicial. Por compreender o período a partir do início da campanha eleitoral legislativa por meios audiovisuais até uma semana após a sentença de constitucionalidade da Lei de Meios, busca-se compreender um período pré e pós-eleitoral, com a intensificação das estratégias políticas para a eleição até a consolidação dos resultados, somado à repercussão do julgamento da constitucionalidade da Lei de Meios sobre o qual existia muita expectativa quanto ao resultado e às reações de ambas as partes do conflito entre governo Kirchner e Grupo Clarín.

Convém salientar que o intervalo de tempo era predefinido no anteprojeto levando em conta apenas a discussão sobre a Lei de Meios no período de campanha eleitoral. Além disso, o *corpus* correspondente seria extraído já com a pesquisa em andamento, o que permitia prognosticar o ambiente de discussão política do país. Esta sentença, emitida no dia 29 de outubro de 2013, poderia ter acontecido ainda em agosto daquele ano. A Corte Suprema, porém, entendeu que o período eleitoral não era propício para isto e adiou o julgamento sem previsão. Coincidentemente, a data coincidiu com o período de coleta de dados e, dada a relevância do fato para o campo político e o midiático, optou-se por incluí-lo e repercuti-lo na amostragem, o que resultou na extensão do *corpus* em uma semana, de 3 para 10 de novembro. Com isto, supriu-se a repercussão imediata do fato e suas primeiras consequências.

Com todo o material de análise extraído, identificou-se todos os assuntos tratados em todas as edições. Conforme o Anexo 1, foram listadas todas as temáticas abordadas em duas etapas: a primeira, considerando as pautas destacadas pela página da web de cada edição; a segunda, manualmente, conferindo as chamadas na abertura do programa, no caso de 6-7-8, e no monólogo de Jorge Lanata, no caso de PPT. Uma ação ajudou a suprir a outra para identificar todas as temáticas retratadas.

Após esta listagem, identificou-se, levando em conta a configuração comunicativa do diagrama 1, todas as temáticas que contemplam a área de interseção grifada. Assim, com os itens destacados, os categorizamos por sua natureza análoga ou homóloga em função da abordagem por parte de ambos os programas, de acordo com Anexo 2. Nesta tabela, em que se divide os materiais entre comparáveis por semelhança ou por origem, apontou-se um a um quais deles correspondem a mais de um dispositivo de enunciação: reportagem (R), entrevista (E) e/ou comentário (C). A demarcação busca

compreender a extensão em que determinado assunto foi retratado, a considerar tempo de duração, diversidade de enunciadores, presença de atores envolvidos, fatores que contam para perceber qual a relevância daquele material para a edição.

A etapa seguinte busca categorizar o material que consta nas tabelas dentro de eixos temáticos. Estes eixos, no caso das temáticas análogas do Anexo 2, estão divididos em:

Tabela 1 - Temáticas análogas entre 6-7-8 e PPT

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C	
Caso Noble Herrera e Banco de Dados Genéticos		PPT	22/09	Como o governo tenta manipular o Banco de Dados Genéticos	X	X	X	
		6-7-8	24/09	Apropriação de filhos da ditadura. A manobra do Clarín para se encobrir	X	X	X	
Cristina Kirchner	Calças	6-7-8	22/09	Calças de Cristina	X			
		PPT	22/09	Calças de Cristina			X	
	Questões de governo	6-7-8	08/10	Operação: desacreditar Amado Boudou (vice-presidente)	X		X	
		6-7-8	08/10	Os vices que querem Clarín e cia.	X			
		6-7-8	09/10	Operação: deslegitimar Boudou	X		X	
	Discurso na ONU	6-7-8	25/09	Discurso de Cristina na ONU	X		X	
		PPT	29/09	Sobre Argentina e Irã na ONU			X	
		6-7-8	29/09	Acordo Argentina-Irã e um julgamento distinto	X		X	
	Entrevistas	6-7-8	29/09	Entrevista de Cristina a Rial	X		X	
		PPT	29/09	Entrevista de Cristina a Rial			X	
	Internação	6-7-8	06/10	Cristina em repouso	X		X	
		6-7-8	08/10	Operações médicas e operações midiáticas (sobre saúde de Cristina)	X		X	
		PPT	06/10	Programa especial sobre internação de Cristina	X		X	
		PPT	06/10	Entrevistados: Mauricio Macri e Julio Cobos		X		
		PPT	06/10	Outros convidados entrevistados		X		
		6-7-8	09/10	Síndrome de Moria	X		X	
	Alta	6-7-8	10/11	Alta da presidente e homenagem das redes	X			
		PPT	10/11	Alta da presidente			X	
		PPT	10/11	Mensagem das urnas a Cristina			X	
	Eleições Legislativas	Propagandas eleitorais	6-7-8	06/10	Spot Massa 2013 versus Zapatero 2008	X		
			PPT	13/10	Propaganda eleitoral da Frente para la Victoria			X
		Debates eleitorais	6-7-8	10/10	Debate Cabandié-Bergman-Carrió	X		X
			6-7-8	13/10	Repercussões do debate. Convidado: Juan Cabandié	X	X	X
PPT			13/10	Câmeras no debate Cabandié-Bergman-Carrió			X	
6-7-8			17/10	Debate Filmus-Michetti-Solanas	X		X	
PPT			20/10	Críticas a Filmus pelo debate com Solanas e Michetti			X	
Juan Cabandié e La Cámpora		6-7-8	13/10	Repercussões de vídeo com agente de trânsito. Convidado: Juan Cabandié	X	X	X	
		PPT	13/10	Cabandié e discussão com agente de trânsito			X	
		PPT	13/10	Cabandié como síntese do alfabeto K	X		X	
		6-7-8	15/10	Operação contra Cabandié	X		X	
		6-7-8	16/10	Operação Cabandié: novo vídeo	X		X	

		6-7-8	17/10	Mentiras da operação Cabandié	X		X	
		PPT	20/10	Vídeo de Cabandié			X	
		PPT	20/10	Sobre La Cámpora e o comportamento de Cabandié, Larroque e Recalde	X	X	X	
	Repercussões dos resultados	6-7-8	27/10	Análise dos resultados das eleições legislativas			X	
		PPT	03/11	Eleições legislativas e o revés de Amado Boudou na Justiça			X	
		6-7-8	29/10	Análise das eleições e a "derrota do ganhador"	X			
	Aplicação da Lei de Meios	Consequências da sentença	6-7-8	29/10	Lei de Meios em plena vigência (sentença da Corte Suprema)	X	X	X
			6-7-8	29/10	Programa especial, com vários convidados		X	X
			6-7-8	31/10	Jornalistas vão aos Estados Unidos defender o Clarín	X		X
6-7-8			31/10	Violenta reação do Grupo Clarín	X		X	
6-7-8			31/10	Sentença enojou Clarín	X		X	
6-7-8			03/11	Fúria do Clarín e desculpas para não cumprir lei	X		X	
PPT			03/11	Editorial de Lanata sobre a Lei de Meios			X	
PPT			03/11	Lei de Meios e a AFSCA	X		X	
PPT			03/11	Entrevistas a especialistas de meios		X	X	
6-7-8	05/11	Plano de adequação do Clarín contradiz a desapareição de seus meios	X		X			

O mesmo exercício de categorização temática foi feito para classificar assuntos que não são semelhantes, embora possuam uma mesma origem. Ou seja, quando consideramos as enunciações da tabela abaixo como homólogas, significa que elas não são comparáveis entre si, mas a partir de uma mesma origem, que pode ser as Eleições Legislativas ou a aplicação da Lei de Meios. Desta forma, divide-se as categorias temáticas por matérias sobre o governo Kirchner e seus aliados, o Grupo Clarín e políticos de oposição ao governo, e outras temáticas que não se enquadram diretamente nestas duas.

Tabela 2 - Temáticas homólogas entre 6-7-8 e PPT

EIXOS TEMÁTICOS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Governo Kirchner e aliados	PPT	22/09	Guillermo Moreno e o pongui pongui	X		X
	PPT	22/09	Raúl Othacehé, prefeito de Merlo, agressão verbal a jornalista do Clarín	X	X	
	PPT	29/09	Julio Pereyra é prefeito de Florencio Varela há 21 anos num município muito pobre e não prestou informações sobre a Ditadura	X		
	PPT	13/10	Aníbal Fernández citando Bon Jovi no Senado			X
	PPT	13/10	Quantidade de voos privados de Cristina e funcionários próximos	X		X
	PPT	13/10	Situação atual das Aerolíneas Argentinas e as promessas de Mariano Recalde			
	PPT	03/11	Como se maneja um grupo para "ganhar as batalhas" nas redes sociais. Denúncia sobre CiberK	X	X	X
	PPT	03/11	Crescimento do patrimônio pessoal de Sergio Urribarri, governador de Entre Rios	X		X

	PPT	10/11	Extorsão, lavagem de dinheiro e fuga de capitais. Lázaro Báez, Elaskar e Campagnolli			X
	PPT	10/11	Vinculação do narcotráfico com funcionários do Estado	X	X	X
	6-7-8	15/10	Martín Insaurralde com Belén Mosquera, agente de trânsito	X		
	6-7-8	23/10	A quatro dias das eleições: Daniel Filmus		X	X
	6-7-8	24/10	Visitam: Juan Cabandié e Jorge Taiana		X	X
	6-7-8	24/10	A 3 anos da morte de Néstor Kirchner, canção de ontem	X		
	6-7-8	27/10	Homenagem a Néstor Kirchner	X		
	6-7-8	16/10	Eleições 2013. Análise de Enrique Pinti		X	X
	6-7-8	16/10	Eleições 2013. Daniel Filmus em Duro de Domar	X		
Grupo Clarín e políticos opositores ao governo	6-7-8	22/09	Massa 2013 versus Massa 2008	X		
	6-7-8	22/09	Papelão da equipe que checa tudo (Clarín)	X		X
	6-7-8	25/09	Sociedade Rural e Clarín decidiram que Massa não debata?	X		X
	6-7-8	26/09	Massa contra plano de entrega de netbooks	X		X
	6-7-8	29/09	Ecos do conclave golpista. Elisa Carrió	X		
	6-7-8	03/10	O que dizem sobre os satélites	X	X	X
	6-7-8	03/10	Debates. Clarín mentiu para proteger Massa	X		
	6-7-8	03/10	Conflito por contaminação de Botnia	X		X
	6-7-8	09/10	Clarín ignorou apoio a Cristina no Prêmio Condor	X		X
	6-7-8	13/10	Acordo com Banco Mundial. Clarín não gostou	X		
	6-7-8	16/10	The Telegraph e Clarín. Círculo vermelho da mentira	X		
	6-7-8	16/10	Lanata atacou ao músico Mollo	X		X
	6-7-8	16/10	Por trás de Macri e Massa, há Del Sel (humorista)	X		
	6-7-8	16/10	Papelão da Fox sobre internação de CFK	X		
	6-7-8	17/10	De La Sota: narcotráfico e ameaças a jornalistas	X		
	6-7-8	22/10	Sem repercussões. Massa bateria no filho de 8 anos	X		X
	6-7-8	22/10	Estilos violentos. Massa e o futebol do Tigre	X		X
	6-7-8	24/10	Os quadros que desprega cada um	X		X
	6-7-8	29/10	Até Massa está de acordo com a sentença	X		
	6-7-8	31/10	O que opina Telenoche sobre Sabbatella	X		
	6-7-8	05/11	Operação de Fontevecchia a Lorenzetti	X		X
	6-7-8	05/11	Macri e Carrió contra a democracia	X		
	6-7-8	05/11	Contradições do clube dos M	X		
	6-7-8	07/11	Operação Magdalena Ruiz	X		X
	6-7-8	07/11	Eliashev desconhece rechaço da OEA a Clarín	X		
	6-7-8	07/11	Moyano não pôde com Macri e De Narváez, agora se junta com Massa	X		X
	6-7-8	07/11	Lanata não gostou da imitação	X		
	6-7-8	10/11	Publicista do PRO reivindicou a Hitler	X		
	6-7-8	10/11	Como funcionam os meios tradicionais	X		X
	Temáticas transversais	PPT	29/09	Ameaças sofridas por algumas famílias que falaram ao PPT sobre a "fome de água" em Formosa	X	
PPT		13/10	Lugar de internação de Lanata e de Cristina			X
6-7-8		24/09	Argentina respaldou Brasil por discurso contra espionagem	X		
6-7-8		26/09	Novos créditos do Plan ProCreAr	X		X
6-7-8		26/09	Autocrítica de O Globo por apoiar ditadura	X		
6-7-8		30/10	Democracia x Corporações	X		X
6-7-8		30/10	Visita Leopoldo Moreau (UCR)		X	X
6-7-8		30/10	30 anos de Democracia	X		
6-7-8	31/10	Repercussão do programa de ontem (Moreau)	X			
6-7-8	31/10	Nobel Joseph Stiglitz e hegemonia midiática	X			

A escolha destas temáticas selecionadas acima tenta suprir a configuração observável no diagrama 1. Inúmeras reportagens, entrevistas e/ou comentários foram

deixados de fora por entender que não havia relação com os campos, as instituições e os meios destacados ou por relacionar-se com outros campos sociais externos ao analisado.

É válido salientar que ambos os programas fazem parte de uma dinâmica em transformação que envolve diversos outros canais e produções televisivas. Por exemplo, 6-7-8 não se dedica apenas a enfrentar, rebater, provocar e contradizer as produções do Grupo Clarín - ainda que seja seu foco habitual.

Como dito no capítulo 3.4, 6-7-8 é um programa de crítica midiática que leva à televisão discussões que há décadas circulam nos cursos de ciências da comunicação. Desta forma, posicionado sob a sombra do governismo, questiona práticas de vários grupos midiáticos, como o jornal La Nación, a Rádio Mitre, programas e apresentadores de Telefe, canais internacionais como CNN, Fox, dentre outros. Neste sistema de circulação, 6-7-8 é uma peça, dentre vários colaboradores, que ajudam a buscar o contraditório e geram um constante questionamento sobre as abordagens da mídia considerada opositora ao governo.

## **7.2. Análise televisual**

O material empírico possui particularidades que necessitam ser explicitadas a partir de uma análise televisual, como proposto por Becker (2012). Esta análise nos permite criar um registro da identidade destes programas. Como falado anteriormente, 6-7-8 e PPT são diferentes esteticamente, e estas dissonâncias precisam ser mostradas para que fique claro que não se pretende comparar narrativas jornalísticas televisuais em suas sensíveis similaridades, como seria o caso, por exemplo, de uma pesquisa que viesse a analisar o Jornal Nacional com o Jornal da Band no Brasil.

É relevante para este trabalho o entendimento dos recursos televisuais utilizados por cada programa, pois se apropriam de lógicas midiáticas com determinados fins de produção de sentido. Este campo de efeitos pode ser verificável ao se analisar a circularidade das informações, o que será executado nas próximas etapas de análise. Evidencia-se, nesta etapa, as diferenças estéticas e as similaridades de uso dos recursos televisivos disponíveis.

### **7.2.1. Estrutura do texto**

Ao levar em conta o estilo de narração, as divisões em blocos, a duração e a organização dos programas, podemos sistematizar como os textos são estruturados em ambos os programas. Como etapa proposta por Becker (2012) para a análise de narrativas jornalísticas audiovisuais, sintetiza-se como se apresentam 6-7-8 e PPT na TV Pública e no Canal Trece, respectivamente.

6-7-8 é produzido utilizando-se de materiais de arquivo. Ou seja, usa-se fragmentos de programas de televisão, áudios de programas de rádio, imagens de revistas, jornais ou sites de notícias, além de produções próprias de conteúdo. Qualquer dispositivo midiático pode ser retratado nas reportagens do programa.

Na produção de uma reportagem, há uma pauta sobre a qual são recortados diversos fragmentos para produzir uma leitura crítica sobre a cobertura midiática de determinado assunto e, na sequência, a depender da relevância atribuída à temática, ela é repercutida entre os debatedores e convidados. Esta repercussão envolve comentários e opiniões, mediadas por um apresentador, porém pouco divergentes. Nas figuras abaixo, extraídas de uma enunciação de 24 de setembro de 2013, há exemplo de uma reportagem completa, seguida por entrevista a um ator social relevante ao conteúdo e comentários dos demais participantes.

Figura 6 - Exemplo de estrutura de texto para o título da reportagem a ser exibida



Figura 7 - Exemplo de fragmento de programa de televisão, com transcrição de fala considerada relevante pelos produtores de 6-7-8 e presença de convidado ao vivo em tela secundária na parte inferior direita



Figura 8 - Exemplo de fragmento de programa radiofônico, com transcrição de fala e imagem dos enunciadores que integram o diálogo



Figura 9 - Exemplo de fragmento retirado da web



Figura 10 - Exemplo de notícias publicadas na web, com destaque para fragmento de texto

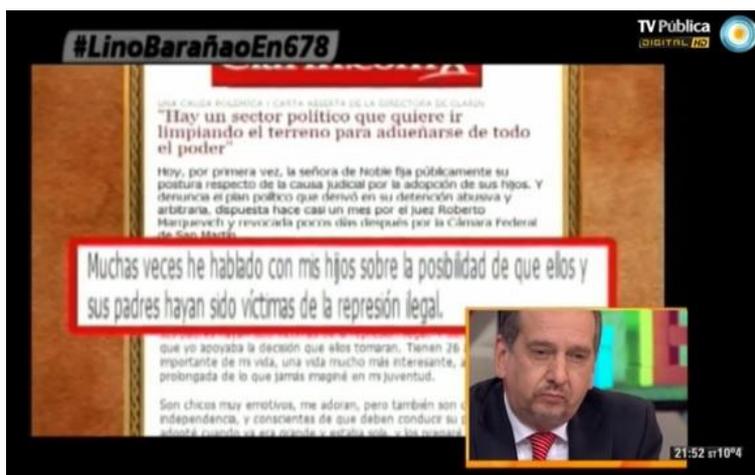


Figura 11 - Exemplo de disposição dos integrantes do programa no cenário de 6-7-8, do ponto de vista do auditório



Figura 12 - Exemplo de enquadramento para comentário ou entrevista durante o programa ao vivo



Em suas reportagens, 6-7-8 busca o contraditório, traçando um paralelo entre a memória e a atualidade. Em todo o material do *corpus* de pesquisa, os temas em discussão são pautados pelo que está em circulação, ou não, entre os demais meios de

comunicação. Esta ótica se repete, pois há uma constante comparação nas abordagens entre determinados dispositivos e outros, que tratam um mesmo assunto de maneiras diferentes.

Este paralelo entre memória e atualidade é manifestado na produção das reportagens quando 6-7-8 recupera atores sociais que se posicionavam de uma maneira em um momento passado e que, hoje, posicionam-se de maneira contraditória. A lógica de produção do programa segue este padrão em suas reportagens. Porém, este padrão é perceptível em geral quando a contradição envolve atores individuais ou coletivos opostos ao posicionamento do governo federal.

Cada edição de 6-7-8 tem uma duração média de 1 hora. Algumas duram 40 minutos, outras ultrapassam 90 minutos. Cada edição é dividida em pelo menos dois blocos. No entanto, o primeiro deles é sempre o de maior duração, em que os assuntos mais relevantes de cada edição são apresentados e repercutidos pelos comentaristas e convidados. Os espaços para reportagens e comentários nos demais blocos são consideravelmente menores. Em algumas ocasiões, os blocos são utilizados para apresentações musicais ou simplesmente para encerramento do programa.

Não há centralização em um apresentador ou algum dos comentaristas. Por vias de regra, o espaço para comentários do convidado externo costuma ser superior ao dos demais participantes. No entanto, todos possuem autonomia para intervir com comentários ao longo da edição.

Ao analisarmos a estrutura de texto de *Periodismo Para Todos*, percebe-se nesta última característica uma de suas principais diferenças. Com Jorge Lanata no comando, as edições se mantêm bastante centralizadas em torno dele, que apresenta, comenta e repercute com os demais participantes - humoristas, jornalistas que produziram reportagens ou entrevistados externos - as temáticas abordadas nos programas.

Embora o número de edições de PPT analisadas seja bastante inferior ao de 6-7-8, os programas possuem uma duração superior, com média de 1 hora e 41 minutos. Neste tempo, distribuem-se dois ou três blocos. É possível constatar uma estrutura padrão composta por monólogo e reportagens, nesta ordem.

Na primeira parte, concentra-se a opinião de Lanata sobre acontecimentos políticos relevantes durante a semana. Neste espaço, os quadros humorísticos são exibidos em interação com sua opinião. Em algumas oportunidades, vídeos ilustram e colaboram com o conteúdo argumentativo de seu comentário. Este espaço dura cerca de

30 minutos, antecede as reportagens e serve também para apresentar os assuntos que serão abordados no decorrer da edição.

PPT produz reportagens investigativas próprias, geralmente longas se compararmos aos padrões jornalísticos brasileiros, pois em média ultrapassam 30 minutos de duração, entre exibição e repercussão. Nas figuras abaixo, ilustra-se a sequência da estrutura de texto de uma edição do programa.

Figura 13 - Monólogo de Jorge Lanata, na abertura de uma edição de PPT



Figura 14 - Esquete humorística durante o monólogo. Na imagem, personagem representa o senador kirchnerista Aníbal Fernández



Figura 15 - Jorge Lanata apresenta a reportagem que será exibida no programa



Figura 16 - Reportagem exibida em *Periodismo Para Todos*



Figura 17 - Lanata repercute matéria em conversa com jornalista que produz o conteúdo



Figura 18 - Jorge Lanata encerra edição com comentários sobre as reportagens ou outras temáticas do programa



As reportagens de PPT são feitas em profundidade e dão voz a uma diversidade de fontes. Este aprofundamento é um trunfo do programa para pautar outros programas de televisão, inclusive 6-7-8, que várias vezes busca contradizer e refutar o enquadramento proposto pelas reportagens exibidas no programa de Lanata.

#### 7.2.2. Temática

A temática dos programas televisivos, conforme Becker (2012), revela os conteúdos e os campos temáticos privilegiados num determinado produto audiovisual, e isto permite identificar as editorias que mais se destacam no estudo de uma narrativa jornalística. Tanto PPT quanto 6-7-8 mantêm um foco preponderante em temáticas políticas, mas não se restringem a isso. Ambos possuem estratégias de utilização de outras temáticas em suas edições.

No caso de PPT, são feitas campanhas solidárias para ajudar regiões da Argentina afetadas por algum problema estrutural ou por algum fenômeno climático. Dentro da amostragem deste trabalho, realizava-se uma campanha para arrecadar doativos a famílias afetadas pela fome e pela sede nas províncias de Formosa e de Salta, no norte do país. Percebe-se a constante presença de denúncias contra o governo Kirchner ou aliados destes. Mas há, também, matérias que fogem à perspectiva de crítica ao governo federal e questionam o sistema judiciário, a ausência do poder público em comunidades no interior da Argentina ou questões de narcotráfico.

Os quadros de humor, apesar de inserirem entretenimento no programa, mantêm-se na temática política. Os personagens mais recorrentes fazem alusão a figuras políticas importantes do país: Elisa Carrió (deputada pela UCR), Fernando Solanas (senador pela Frente Ampla UNEN), Cristina Kirchner (presidente), Aníbal Fernández (senador pela FPV), Amado Boudou (vice-presidente), Maurício Macri (prefeito de Buenos Aires), Horácio Larreta (chefe de gabinete da cidade de Buenos Aires), Máximo Kirchner (fundador de La Cámpora e filho de Néstor e Cristina Kirchner), Héctor Timerman (ministro de Relações Exteriores), dentre outros.

Em 6-7-8, há uma variedade temática maior. Colabora para isso a periodicidade do programa e a duração das reportagens, além da presença de convidados que não integram o campo político, como atores de cinema e músicos. A abertura do programa, que dura em média 10 minutos, apresenta as temáticas que serão tratadas durante a edição, além de outros assuntos de menor relevância que são abordados apenas na abertura. Neste grupo de temas, exhibe-se, por exemplo, gols de argentinos pelo futebol mundial, breves notícias positivas sobre atos de governo, fragmentos de shows musicais.

Como o foco do programa é a crítica midiática, não há restrição temática para comparar abordagens de dispositivos midiáticos distintos. No período de coleta de dados, identifica-se a presença de reportagens sobre a cena cultural argentina, como cinema, teatro, música, futebol. A temática mais frequente, no entanto, se mantém na interseção entre o campo político e o midiático, ao questionar a abordagem de outros meios de comunicação sobre assuntos políticos.

### 7.2.3. Enunciadores

Identificar os enunciadores é uma forma de entender quem são os atores sociais que participam da narrativa (BECKER, 2012). Isto pode ser executado ao observar os diálogos, os depoimentos e as diversas vozes presentes e ausentes nos relatos, bem como a forma que âncoras e repórteres apresentam o texto e o modo como é realizada a construção da credibilidade dos profissionais.

Em primeiro lugar, é necessário relacionar quem são os principais enunciadores dos dois programas. Neste universo, limitado, é possível caracterizar com mais precisão quem participa com frequência de cada um.

Em PPT, o principal enunciador é Jorge Lanata. O apresentador opina, comanda o palco, interage com as câmeras, os humoristas, os jornalistas e os entrevistados. Além disso, sua voz dá narração à maioria das reportagens veiculadas no programa, embora sejam produzidas por outros jornalistas, com os quais ele repercute as matérias ao vivo.

Vários jornalistas do Grupo Clarín produzem o material veiculado em *Periodismo Para Todos*, mas alguns se destacam pela frequência e relevância de suas reportagens no programa: Nicolás Wiñazki, María Eugenia Duffard, Rodrigo Alegre, Luciana Geuna, Mariel Fitz Patrick e Maximiliano Heiderscheid.

Sem essa centralização, 6-7-8 se torna um programa com vários enunciadores. A começar pelos apresentadores, que se revezam de edição para edição. No período de amostragem, quem conduzia 6-7-8 era Carlos Barragán ou Jorge Dorio. Barragán é um roteirista de rádio e televisão, começou sua carreira no rádio em 1994 e apresenta 6-7-8 desde 2012. Dorio é jornalista, escritor e ator, começou sua carreira no rádio em 1984 e na TV em 1986.

Junto a eles, integram a mesa de discussão mais quatro comentaristas e um convidado, que varia programa a programa. Sete nomes se revezam nestas quatro posições: Cynthia García (jornalista), Edgardo Mocca (cientista político), Mariana Moyano (comunicóloga), Dante Palma (filósofo e cientista político), Sandra Russo (jornalista e escritora), Nora Veiras (jornalista especializada em Educação) e Orlando Barone (jornalista, desde 1969).

As fontes utilizadas nas reportagens são muito diversas e torna-se difícil e desnecessário listar todas as vozes que participam dos programas, reportagem a reportagem. No entanto, é possível aferir algumas características. Com frequência, as reportagens de PPT entrevistam outros jornalistas que costumam acompanhar a política de maneira mais localizada, como quando se trata de uma província, ou de uma cidade. Além destes, muitas fontes especialistas costumam participar concedendo entrevistas em profundidade sobre os casos. Os enunciadores citados em 6-7-8 são ainda mais diversos. No entanto, em muitas situações eles apenas são reproduzidos. A diferença em relação a PPT é que 6-7-8 faz referência a inúmeros enunciadores institucionalizados: refere-se ao canal TN, ao jornal La Nación, ao diário Clarín, à revista Perfil, etc.

A centralização de PPT em seu âncora ajuda a conferir credibilidade ao jornalista. Lanata possui um longo histórico na prática jornalística, tanto na TV quanto no rádio ou na publicação de livros best-sellers. Como dito anteriormente, Jorge Lanata possui prestígio e credibilidade construídos durante anos e, desta forma, tem bastante

autonomia para conduzir seu programa. Quando interage com os demais jornalistas que ajudam a produzir as reportagens, mantém-se como figura central, atribuindo credibilidade aos outros a partir de sua imagem.

6-7-8 gera um efeito contrário à atribuição de credibilidade. Com suas reportagens que constantemente questionam posicionamentos e práticas midiáticas, a consequência é desacreditar os políticos opositores e o que a "mídia hegemônica" pretende representar.

#### 7.2.4. Visualidade

Por visualidade, entende-se a instância cênico-visual e a maneira como são constituídos os cenários, os figurinos e os recursos gráficos e multimídia dos programas televisivos.

Ambos os programas analisados são exibidos ao vivo e possuem espaço de auditório. 6-7-8 é veiculado nos estúdios da TV Pública e é produzido pela empresa Pensado Para Televisión, para a qual o Estado pagava, de acordo com contrato firmado em dezembro de 2012, cerca de 2 milhões de pesos por mês<sup>28</sup> (aproximadamente 700 mil reais). PPT é veiculado nos estúdios do Canal Trece, em Buenos Aires.

O estúdio de PPT se assemelha a um pequeno teatro, com um palco em destaque e uma cortina vermelha, que se abre para o início do programa após o monólogo, realizado em frente à cortina. Possui grandes telões e uma bancada descentralizada de onde Lanata apresenta o programa. A disposição dos elementos cênicos varia de acordo com a utilização do espaço, pois, quando usado para esquetes humorísticas, a bancada é retirada. Durante todo o programa, Lanata apresenta de frente para o público presente, e os jornalistas com quem ele interage para repercutir reportagens ficam sempre de frente para Lanata e voltados lateralmente ao auditório.

Em 6-7-8, o apresentador fica de costas para o auditório. Em algumas situações, o auditório fica vazio, ou com poucas pessoas. Apenas em ocasiões especiais, como em apresentações musicais ou quando o auditório está cheio, há a utilização de um espaço cênico em frente ao público. Porém, na maior parte das vezes, os debates ocorrem na mesa redonda. Nesta disposição, todos os participantes ficam em um mesmo plano. O apresentador se posiciona centralizado e de costas para o público - que aparece nas

---

28 Disponível em: <http://www.perfil.com/politica/Diego-Gvirtz-publico-los-contratos-de-678-con-la-TV-Publica--20131112-0041.html>. Acesso em: 21 fev. 2015.

câmeras quando o condutor do programa é enquadrado - enquanto os demais comentaristas completam a bancada ao redor.

Em comum entre os dois programas está a utilização de geradores de caracteres na tela. Este recurso gráfico é bastante utilizado por ambos para destacar a temática em discussão e a tentativa de recursos de interatividade para a internet. O uso de *hashtags* para organização do conteúdo no Twitter ou no Facebook é sempre sugerido a partir deste recurso. #NuncaUnBondi, #OtraManiobraK, #UnFalloParaCristina são exemplos de utilização em PPT. #TimermanYAlakEn678, #LeyDeMediosConstitucional e #678DebateModelos são exemplos de utilização em 6-7-8.

Além destes recursos, existem algumas características que diferenciam a visualidade de PPT e 6-7-8. Durante as reportagens, este programa utiliza com maior frequência transcrições de rádio e de meios impressos, como na figura 7 da página 93, enquanto aquele mantém foco na criação de gráficos para ilustrar suas reportagens.

#### 7.2.5. Som

O som indica como os elementos sonoros, palavras, ruídos, trilha sonora estão relacionados aos elementos visuais e participam da construção da narrativa e dos sentidos do texto. Os recursos sonoros utilizados por PPT e 6-7-8 são diversos, mas ele é particularmente relevante em 6-7-8.

A produção de suas reportagens incluem com bastante frequência a transcrição de diálogos em programas de rádio, e o formato tem um protagonismo da voz de Marcos Palmiero, narrador que dá tons de sarcasmo ao texto. A ênfase em frases contraditórias, ou em momentos em que se busca criar suspeição sobre um determinado enunciador, são característicos de 6-7-8. O efeito sarcástico da narração pode ser percebido na reação imediata dos convidados que são enquadrados ao vivo durante a exibição da reportagem (figuras 6, 7, 8 e 9).

Como 6-7-8 se posiciona alinhado a uma vertente política que reivindica um projeto "Nacional e Popular", característico do kirchnerismo, é importante perceber que na trilha sonora do programa estão presentes músicas de artistas nacionais, majoritariamente. Em algumas poucas ocasiões, a trilha sonora é cantada por artistas latino-americanos, como o brasileiro Caetano Veloso ou o trio porto-riquenho Calle 13.

A música da vinheta de abertura de 6-7-8 é "Tratando de crecer", do compositor e músico argentino Juan Carlos Baglietto. A letra, no refrão, é destacada na vinheta

quando é cantado o trecho "multiplicar es la tarea" (multiplicar é a tarefa). Diferenciando-se deste sentido que se pretende inclusivo, diversificado, PPT utiliza como trilha sonora de abertura do programa, desde a sua criação, a música "Fuck you", de Lily Allen. Um recurso visual que é utilizado em consonância com a trilha sonora é o símbolo de uma mão com o dedo médio em riste.

A composição sonora de *Periodismo Para Todos* é mais dinâmica durante os monólogos de Jorge Lanata em virtude da frequência de quadros humorísticos, que se utilizam de todos os efeitos sonoros necessários, ainda que a opinião do apresentador, neste espaço, não possuir qualquer efeito sonoro em segundo plano. Nas reportagens, maior parte delas é veiculada com uma trilha sonora instrumental em segundo plano, comumente gerando um tom de suspense ou de denúncia ao material. A trilha persiste quando há a repercussão e a opinião de Lanata e de outros jornalistas sobre as reportagens.

Em 6-7-8, quando ocorre o debate em mesa redonda, após as reportagens, não há recursos sonoros, apenas as vozes dos enunciadores. No material produzido, o estilo de narração é preponderante, mas efeitos sonoros são utilizados sobre o material de arquivo para enfatizar alguma frase, ou mesmo em busca da ridicularização, quando, além da repetição, há a alteração da velocidade da voz ou a contradição que desfaz o argumento do enunciador.

#### 7.2.6. Edição

A edição, conforme Becker (2012), é utilizada para desvelar processos de montagem da obra audiovisual e compreender como as principais características das narrativas jornalísticas audiovisuais, as combinações entre o texto verbal e a imagem produzem sentidos.

Não à toa, a edição de 6-7-8 é particular. Isso porque, sendo um programa baseado em arquivos midiáticos, o encadeamento de ideias é construído com o objetivo de gerar sentidos não-lineares temporal ou espacialmente. Por exemplo, quando a temática é a opinião contrária do candidato a deputado federal que encabeça a lista do partido Propuesta Republicana (PRO), Sergio Massa, sobre alguma ação de governo, 6-7-8 constrói a reportagem contrapondo a opinião atual de Massa com a que tinha no período em que fazia parte do governo kirchnerista.

Esta construção fica bastante evidente no processo de edição do material. De forma eficiente, o programa consegue encadear frases soltas de arquivos diferentes. Este processo por si só já se tornaria objeto de um estudo à parte, caso se torne possível uma imersão no aspecto de produção do programa. Isto porque, para produzir os materiais, há resgate de fragmentos midiáticos veiculados há anos ou décadas.

Para PPT, o processo de edição se aproxima da lógica midiática do jornalismo. As reportagens são produzidas com um padrão que distribui imagens, entrevistas, textos de passagem e gráficos fragmentados, numa narrativa semelhante a de documentários.

A edição também desvela enquadramentos. Por vezes, os programas têm acesso a um mesmo material, e a partir dele constroem efeitos distintos. Em um caso que pode servir como exemplo, um vídeo mostra o candidato que encabeça a lista kirchnerista para deputado federal em Buenos Aires, Juan Cabandié, supostamente ameaçando a uma guarda de trânsito que o aborda exigindo um comprovante de pagamento de seguro de seu carro. O vídeo é editado por ambos os programas, e em cada um deles são veiculados fragmentos distintos do mesmo material, o que, em PPT, gera uma leitura negativa à conduta do candidato, enquanto em 6-7-8, a edição privilegia uma conduta positiva de Cabandié.

Esta prática é recorrente, sobretudo em relação às temáticas análogas destacadas na tabela das páginas 94 e 95, objeto de análise do próximo subcapítulo.

### **7.3. Temáticas análogas e homólogas**

A distinção feita entre temáticas análogas e homólogas tem por objetivo trabalhar as diferentes relações de sentido que possuem as reportagens na perspectiva da circulação. Mais do que uma classificação categórica que busque enquadrar as temáticas em espaços fechados, busca-se reuni-los em torno de analogias ou homologias com potencial operatório-cognitivo.

Esta relativa sistematização busca organizar o *corpus* de pesquisa em grupos de reportagens, entrevistas e comentários possíveis de serem comparados, por semelhança ou por origem temática. Assim, de acordo com a metodologia proposta para a operacionalização das amostragens e a produção de hipóteses de pesquisa, reúne-se as temáticas conforme as tabelas 1 e 2, respectivamente nas páginas 94 e 95.

Neste subcapítulo, o objetivo para o trabalho é compreender no que e porque as temáticas se assemelham como análogas ou homólogas entre si a ponto de poderem ser

agrupadas em torno de eixos temáticos. Por isso, abaixo, a partir da observação das temáticas, serão feitos alguns apontamentos práticos sobre o que cada programa veicula e sobre o que trata cada reportagem, entrevista e comentário, os sub-temas entre os quais se pode agrupar para compreender o que este material empírico causa ou é efeito de transformações em uma sociedade em midiatização.

As analogias e homologias temáticas são etapas importantes, sobretudo, para a perspectiva micro-analítica midiático-comunicacional, que remete às relações de produção, consumo e recepção, etapa de análise posterior a esta.

### 7.3.1. Caso Noble Herrera e Banco Nacional de Dados Genéticos

Na amostragem empírica total deste trabalho, que tem como data de início o dia 22 de setembro de 2013, várias temáticas presentes remetem a conflitos que fazem parte da discordância entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner desde o princípio dos desentendimentos, em meados de 2008.

O "caso Noble Herrera" se refere ao sobrenome de uma das principais acionistas do Grupo Clarín, Ernestina Herrera de Noble. Desde 2002, o movimento das "Abuelas de Plaza de Mayo" reivindica que, devido a irregularidades encontradas no processo de adoção, seus dois filhos adotivos, Marcela Noble Herrera e Felipe Noble Herrera, podem ser filhos de desaparecidos políticos vítimas da ditadura de Jorge Videla.

A investigação desta possibilidade se arrasta desde então em torno de decisões judiciais que exigem a coleta de amostras de DNA e resultados de exames inconclusivos. Em 2003, Ernestina Herrera de Noble chegou a publicar, em editorial no diário Clarín, a possibilidade de que, de fato, seus filhos adotivos poderiam ser filhos biológicos de desaparecidos políticos, independente de afirmar que a adoção era legal.

A despeito de todas as suspeitas que incidem contra a legitimidade do processo de adoção e de todas as evidências já investigadas de que Felipe e Marcela Noble Herrera não são filhos de desaparecidos, é recorrente a retomada da temática na tentativa de inculcar suspeitas sobre a conduta da principal acionista do Grupo Clarín e de seus herdeiros.

Neste caso, é relevante identificar a circulação da informação para compreender a exploração da temática por parte dos dois programas.

A origem da pontual discussão da qual tratam as enunciações destacadas neste *corpus* de pesquisa remete ao segundo item do eixo temático: o Banco Nacional de

Dados Genéticos (BNDG). No dia 22 de setembro de 2013, PPT exibiu uma reportagem em que denunciava a tentativa política de levar o BNDG da esfera municipal para a federal. Esta possibilidade circulava como projeto de lei no Congresso Nacional que visava unificar o BNDG e o banco de dados da Antropologia Forense, que possui mais de 9 mil mostras de sangue, como competência do Ministério de Ciência e Tecnologia.

A reportagem de PPT explica os riscos que a integração dos bancos de dados poderiam resultar. São motivos técnicos e políticos, que Lanata explica: a integração dos bancos de dados poderia resultar em "falsos positivos", quando os exames genéticos encontram compatibilidade mas não são verdadeiros, e cita o exemplo de uma criança que pode ter, como resultado de exame, seis pais distintos. Em paralelo a isto, Lanata atribui ao governo uma intenção de empurrar o caso Noble Herrera até que um "falso positivo" possa manter a suspeição sobre as adoções, ainda que, segundo o apresentador, já tenha sido provado com "99,9% de certeza" de que não são filhos de desaparecidos.

Veiculada na noite de domingo, a reportagem foi o principal assunto da edição de 6-7-8 dois dias depois, na terça-feira. Junto à bancada de comentaristas, estava o ministro de Ciência e Tecnologia, Lino Barañao, para explicar como seria a proposta de integração dos bancos de dados e o gerenciamento das informações para que se evitassem casos os quais a reportagem de PPT havia dito que se tornariam comuns.

Como caracterizado anteriormente, por ser um programa de crítica midiática, 6-7-8 veicula uma reportagem em que compila repercussões da temática em outros meios juntamente com fragmentos da reportagem de PPT, editados de maneira a contradizer e a questionar as supostas intenções de Lanata ter dito nove vezes durante o programa que o caso Noble Herrera já havia sido solucionado.

As temáticas são análogas porque tanto 6-7-8 quanto PPT tratam os assuntos de forma semelhante, ainda que antagônicas. *Periodismo Para Todos*, veiculado no Canal Trece, por sua vez pertencente ao Grupo Clarín, mantém como principal pauta o problema que pode vir a se tornar a integração dos bancos de dados, mas a referência ao caso Noble Herrera se torna necessária num viés de auto-defesa. 6-7-8, veiculado na TV Pública, pertencente ao governo federal, mantém o foco no caso Noble Herrera, com argumentos que buscam explicar porque ainda não é possível afirmar com tanta certeza que os filhos adotivos não sejam filhos de desaparecidos políticos, apesar da ausência de evidência. Todo o espaço destinado à temática em 6-7-8 se dedica a contrapor, uma a

uma, todas as suspeitas que PPT levanta contra o governo, e o assunto não é retomado pela edição seguinte de PPT.

Tabela 3 - Enunciações sobre caso Noble Herrera e Banco de Dados Genéticos

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Caso Noble Herrera e Banco de Dados Genéticos		PPT	22/09	Como o governo tenta manipular o Banco de Dados Genéticos	X	X	X
		6-7-8	24/09	Apropriação de filhos da ditadura. A manobra do Clarín para se encobrir	X	X	X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MUDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências à própria topografia jornalística nem às suas dinâmicas de trabalho.							
Auto-referencialidade							
6-7-8 pratica a auto-referencialidade midiática, mas o programa em si não é o seu próprio objeto, e sim os outros, em especial a reportagem de PPT. Não há auto-celebração de ambas as partes.							
Auto-reflexividade							
Não se busca auto-reflexividade. 6-7-8 tenta refletir sobre os efeitos de um "modo de dizer" de PPT.							
Protagonização do telespectador							
Não há protagonização do telespectador.							
Visibilidade do jornalista							
Em PPT, âncora entrevista jornalista em estúdio. Em 6-7-8, não há visibilidade do jornalista.							
Enquadramento da política							
Ambos os programas praticam enquadramento com questões relevantes e como jogo estratégico. As temáticas são tratadas em profundidade nos dois programas e, apesar de suas visões antagônicas, explicam satisfatoriamente processos relacionados a políticas públicas, impactos, implicações, problemas e soluções sobre o que envolve o BNDG. Em menor medida, ambos tratam o caso como jogo estratégico. PPT questiona o uso político do caso Noble Herrera em benefício do kirchnerismo e 6-7-8 questiona as intenções do Grupo Clarín em acobertar-se em relação ao caso da adoção dos filhos da acionista.							

### 7.3.2. Cristina Kirchner

Evidentemente, um dos assuntos mais explorados pelos programas são as atividades, os pronunciamentos, os discursos, os comportamentos e as ações da presidente da República, Cristina Fernández de Kirchner. No período de amostragem do *corpus* de pesquisa, pode-se agrupar esta temática em alguns sub-grupos pelos quais é possível traçar uma analogia.

Não é à toa - e veremos em todas as temáticas destacadas neste trabalho - que apesar dos assuntos se assemelharem, por tratarem do mesmo acontecimento, as abordagens são distintas. As leituras que os dispositivos midiáticos fazem sobre um acontecimento em comum são fortes demarcadores do conflito que persiste desde a

esfera social dos campos político e midiático até os efeitos gerados na transformação dos processos midiáticos.

Nos programas extraídos, é possível identificar alguns episódios que envolvem a presidente Cristina Kirchner como uma pauta de destaque: questões de governo, o discurso na Organização das Nações Unidas (ONU), entrevistas a jornalistas, internação e alta hospitalar.

Quando se fala no sub-tema "calças", remete-se a um acontecimento que repercutiu bastante nos meios de comunicação. O comportamento de Cristina até fins de 2013 era dotado de uma simbologia particular. Desde a morte de seu marido e ex-presidente da Argentina, Néstor Kirchner, dia 27 de outubro de 2010, Cristina adotou um figurino sóbrio, preto, como símbolo de luto. Em um ato público, em setembro de 2013, apesar de manter a rigorosa cor preta, a presidente vestia uma calça justa, semelhante a calças de ginástica.

A temática em 6-7-8 mostrou as diversas abordagens dadas ao fato por outros dispositivos midiáticos. Leituras como "sequelas da adolescência", questionamento sobre uma possível estratégia de campanha, ou mesmo atribuindo importância à aparência foram questionadas pelo programa, o que, nos comentários posteriores, serviu para integrar discussões sobre questões de gênero às quais Cristina mesma se referia em outros trechos da reportagem. Em PPT, houve menção ao caso em esquetes humorísticas e em comentário durante o monólogo de Jorge Lanata, quando fez piadas sobre o fato de as calças fazerem parte de uma etapa mais "informal" de sua gestão.

Tabela 4 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Calças

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Calças	6-7-8	22/09	Calças de Cristina	X		
		PPT	22/09	Calças de Cristina			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências à topografia jornalística nos programas.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referencialidade							
Auto-reflexividade							
PPT não reflete sobre o assunto, apenas mantém piadas sobre o comportamento e a aparência de Cristina. 6-7-8, apesar de tratar como "sonserías de los medios hegemónicos", não amplia discussões sobre questões de gênero em torno do assunto.							
Protagonização do telespectador							
Não há.							
Visibilidade do jornalista							
Em PPT, o assunto não gera visibilidade a jornalistas. Em 6-7-8, as críticas se direcionam aos enunciadorees, mas não desenvolve a temática entre os próprios jornalistas.							
Enquadramento da							

política	
PPT trata como piada, não o enquadra como assunto relevante nem como jogo estratégico. 6-7-8 mostra os demais meios tratando o assunto como um jogo estratégico. Por si, não desenvolve enquadramento suficiente nem como questão relevante, nem como jogo estratégico.	

A Assembleia Geral da ONU em 2013 aconteceu no dia 24 de setembro. Na ocasião, a presidente Cristina realizou um longo discurso em que levantava diversos assuntos de interesse nacional e internacional. Alguns fragmentos foram escolhidos para serem abordados por 6-7-8 e PPT. Atos em que Cristina é potencialmente um assunto central são explorados como os mais relevantes de 6-7-8 no período de coleta de dados.

O discurso de Cristina recebeu destaque nos meios em geral por sua posição sobre o conflito sírio. À época, cerca de mil pessoas foram mortas no país com suspeita de utilização de armas químicas. Sua crítica pública neste sentido buscava questionar por que apenas o atentado com suposta arma química teria chamado atenção internacional, sendo que outras 150 mil pessoas já teriam morrido no conflito vítimas de armas de fogo.

Outro fragmento de seu discurso que foi bastante explorado era relativo às questões diplomáticas que envolvem a Argentina e o Irã, em especial relacionadas ao atentado à Associação Mutual Israelita Argentina (AMIA). O atentado aconteceu em 1994 no prédio da AMIA, deixando 86 pessoas mortas e mais de 300 feridas num dos maiores ataques terroristas do país e também contra judeus após o Holocausto. Cidadãos iranianos são suspeitos do ataque, que, à época, foi motivado pela suspensão da transferência de tecnologia nuclear ao país do Oriente Médio.

Em 2013, o caso voltou à tona porque no início do ano foi assinado um Memorando de Entendimento Argentina-Irã, bastante criticado por entidades judias e sionistas. No discurso, então, Cristina defende o acordo como tentativa de destravar a investigação sobre o atentado, contando com a colaboração do governo iraniano e da Justiça internacional. Ao exaltar as ações da presidente, 6-7-8 contrapõe a leitura dos meios de comunicação entre a avaliação da aproximação entre Estados Unidos e Irã e o acordo entre a Argentina e este país.

Tabela 5 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Discurso na ONU

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Discurso na ONU	6-7-8	25/09	Discurso de Cristina na ONU	X		X
		PPT	29/09	Sobre Argentina e Irã na ONU			X
		6-7-8	29/09	Acordo Argentina-Irã e um julgamento distinto	X		X
		6-7-8	01/10	Acordo Argentina-Irã e Estados	X		X

				Unidos-Irã			
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há menções à topografia jornalística.							
Auto-referencialidade							
Não há estratégias de auto-referencialidade							
Auto-reflexividade							
Não há estratégias de auto-reflexividade							
Protagonização do telespectador							
Não há estratégias de protagonização do telespectador							
Visibilidade do jornalista							
Em PPT, a visibilidade do jornalista fica restrita ao comentário de Jorge Lanata. Em 6-7-8, não há visibilidade de jornalistas, apenas de Cristina.							
Enquadramento da política							
Há enquadramento da política como jogo estratégico e com questões relevantes. 6-7-8 considera relevante o discurso de Cristina e seu posicionamento soberano de questionar a percepção sobre o conflito sírio e sobre o acordo com Irã. PPT desvaloriza o discurso de Cristina e faz piada remetendo a suas calças.							

Em meados de setembro de 2013, Cristina Kirchner iniciou uma série de entrevistas a jornalistas argentinos. Os jornalistas, naturalmente, não se posicionavam como críticos ao governo: Hernán Brienza, apresentador de programa na Rádio Nacional, militante kirchnerista, autor de livros, trabalhou em diversos veículos, inclusive com Jorge Lanata no diário Crítica; e Jorge Rial, apresentador de televisão popular no país (comandou de 2007 a 2012 o Gran Hermano, equivalente argentino ao Big Brother Brasil).

A série de entrevistas gerou repercussão nos demais meios de comunicação por tentar mostrar uma imagem humanizada da presidente, que falava sobre Néstor Kirchner, seus filhos, o cotidiano pessoal. Ademais, as entrevistas ajudam a aprofundar muitos assuntos de governo e posicionamentos políticos de Cristina e do kirchnerismo em relação a políticos de oposição, aos grupos midiáticos, questões diplomáticas e econômicas.

Quando falamos em série de entrevistas, nos referimos a como elas eram tratadas pelos meios argentinos, já que o programa criado para as entrevistas, que ia ao ar pela TV Pública, "De otro lugar", não teve continuidade em função da internação de Cristina.

Tabela 6 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Entrevistas

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Entrevistas	6-7-8	29/09	Entrevista de Cristina a Rial	X		X
		PPT	29/09	Entrevista de Cristina a Rial			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências à topografia jornalística							

Auto-referencialidade	
Não há auto-referencialidade	
Auto-reflexividade	
Não há auto-reflexividade	
Protagonização do telespectador	
Não há protagonização do telespectador	
Visibilidade do jornalista	
A conduta de Jorge Rial é comentada em 6-7-8, por ele proporcionar espaço à entrevistada falar com liberdade. No entanto, o foco de avaliação de conduta é voltado a Cristina. Em PPT, os comentários de Lanata deslegitimam Jorge Rial e a tentativa de transmitir uma imagem humanizada da presidente.	
Enquadramento da política	
6-7-8 avalia a entrevista com questões relevantes relacionadas ao posicionamento de Cristina. Lanata, em PPT, considera a entrevista graciosa e questiona a "edição" das entrevistas, feita pela Presidência, e questiona a independência do material.	

No início de outubro, Cristina Kirchner foi internada em virtude de um hematoma na cabeça ocasionado por uma queda em sua casa. Esta queda teria ocorrido mais de um mês antes da internação para repouso. O acontecimento foi bastante explorado pelos meios de comunicação, e dele surgem dois sub-temas: um, direcionado à pessoa de Cristina; outro, relacionado a questões políticas ocasionadas pela sua internação.

É o caso deste sub-tema, que se centra na discussão sobre quem ocuparia o lugar da presidente no governo. Como sucessão naturalmente constitucional, o vice-presidente, Amado Boudou, assumiu o posto. No entanto, diversas foram as abordagens que questionavam a legitimidade de Boudou, sobre quem recaem acusações de corrupção. 6-7-8 explora essa temática como uma tentativa golpista por parte da mídia, pois, além deste questionamento, a internação era abordada em alguns casos como "um fim de ciclo", que considerava que a presidente não retornaria ao posto.

Tabela 7 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Questões de governo

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Questões de governo	PPT	06/10	Entrevistados: Maurício Macri e Julio Cobos		X	
		PPT	06/10	Outros convidados entrevistados		X	
		6-7-8	08/10	Operação: desacreditar Amado Boudou (vice-presidente)	X		X
		6-7-8	08/10	Os vices que querem Clarín e cia.	X		
		6-7-8	09/10	Operação: deslegitimar Boudou	X		X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências à topografia jornalística.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referências.							
Auto-reflexividade							
Não há auto-reflexividade.							
Protagonização do							

telespectador	
Não há protagonização do telespectador.	
Visibilidade do jornalista	
Há visibilidade do jornalista em PPT quando Lanata entrevista jornalista sobre a produção de reportagem sobre Boudou. Em 6-7-8, não há.	
Enquadramento da política	
Em PPT, enquadramento como questões de jogo estratégico sobre sucessão e possíveis soluções políticas caso o vice-presidente assuma. Em 6-7-8, tentativa é legitimar Boudou e considera a atuação midiática um jogo estratégico.	

A internação de Cristina gerou investigações sobre os problemas de saúde, seu histórico médico - como a superação de um câncer na tireoide, as razões de internação, as consequências possíveis, o tempo que ficaria internada e como seria a recuperação. Estes assuntos ocuparam espaços consideráveis de conteúdo produzido tanto por PPT quanto por 6-7-8. A edição de 6 de outubro de *Periodismo Para Todos* foi toda dedicada às questões de saúde e às consequências políticas do acontecimento.

Importante salientar, no caso de PPT, a presença de políticos de oposição ao kirchnerismo no programa deste dia. O prefeito de Buenos Aires, Maurício Macri, e o ex-vice-presidente Julio Cobos conversaram com Lanata e repercutiram como viam a situação política que a internação gerava, tanto em relação às eleições legislativas que aconteceriam em breve quanto em relação aos possíveis sucessores.

Em 6-7-8, igualmente, a temática foi bastante explorada em suas razões políticas e pessoais. O forte questionamento dos outros meios sobre a legitimidade de Boudou para assumir o poder faz com que 6-7-8 produza reportagens para endossar a linha de sucessão constitucional, já que, apesar das inúmeras suspeitas que recaem sobre o vice-presidente, não há impeditivos para que ele assuma.

Tabela 8 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Internação

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Internação	6-7-8	06/10	Cristina em repouso	X		X
		6-7-8	08/10	Operações médicas e operações midiáticas (sobre saúde de Cristina)	X		X
		PPT	06/10	Programa especial sobre internação de Cristina	X		X
		6-7-8	09/10	Síndrome de Moria	X		X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
PPT afirma que o assunto se torna polêmico pela falta de informações, e explica porque a temática ganha dimensão jornalística. 6-7-8 não faz referência.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referencialidade no caso de PPT.							
Auto-reflexividade							
A reflexão sobre os modos de dizer, no caso de PPT, são pontuais. Lanata tenta manifestar seus desejos, suas intenções com comentários localizados que explicam que, de fato, o que quer é que Cristina se recupere logo, e que todos querem assim. Em 6-7-8 não há.							

Protagonização do telespectador	
Não há protagonização do telespectador em relação à saúde de Cristina.	
Visibilidade do jornalista	
Lanata entrevista jornalistas que cobrem o estado de saúde da presidente em estúdio.	
Enquadramento da política	
PPT considera que os assuntos relativos à saúde e à vida pessoal de Cristina são questões relevantes para política neste caso. 6-7-8 critica as invasões à vida pessoal e analogias entre golpe físico e político.	

Apesar de todos os fatos políticos que surgiram com a internação de Cristina Kirchner, no início de outubro, a alta da presidente não repercutiu com a mesma intensidade. O período eleitoral já havia sido superado quando Cristina deixou o hospital e as consequências da sentença a favor da Lei de Meios Audiovisuais já repercutia entre os dois programas.

Neste caso, a alta foi uma temática mais explorada por 6-7-8, exaltando a volta de Cristina Kirchner ao poder, recebendo homenagens das redes sociais, enquanto Lanata se limitou a comentar sobre o fato em seu monólogo. O apresentador questiona retoricamente se Cristina teria entendido a mensagem das urnas. Naquele momento, houve a leitura de que o kirchnerismo teria sofrido uma derrota nas eleições legislativas de fins de outubro.

Tabela 9 - Enunciações sobre Cristina Kirchner. Subtema: Alta hospitalar

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Cristina Kirchner	Alta	6-7-8	10/11	Alta da presidente e homenagem das redes	X		
		PPT	10/11	Alta da presidente			X
		PPT	10/11	Mensagem das urnas a Cristina			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referência.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referência.							
Auto-reflexividade							
Não há auto-reflexividade.							
Protagonização do telespectador							
Em 6-7-8, as homenagens da militância ao retorno de Cristina são destacadas. Não há em PPT.							
Visibilidade do jornalista							
Não há.							
Enquadramento da política							
Não há enquadramento político relevante nem de jogo estratégico em PPT e em 6-7-8.							

### 7.3.3. Eleições Legislativas

No dia 27 de outubro de 2013, ocorriam as Eleições Legislativas na Argentina. Este processo eleitoral renovaria metade da bancada da Câmara de todas as províncias e da capital e um terço do Senado Federal correspondente a sete províncias mais a capital Buenos Aires.

Como dito anteriormente, as eleições são uma etapa relevante para este trabalho porque demarca os espaços ocupados pelos candidatos, tanto aliados quanto opositores do governo federal, no campo político. Estas características ajudam também a entender a opinião dada pelos programas analisados sobre eles.

Neste eixo temático de analogias, subdividem-se assuntos que podem ser agrupados em comparação: propagandas eleitorais, debates eleitorais, o escândalo que envolve Juan Cabandié associado a La Cámpora e as repercussões dos resultados pós-eleitorais.

O período de amostragem corresponde desde o início da campanha eleitoral em meios audiovisuais e, por isso, os programas avaliam também as peças publicitárias dos candidatos. Destaca-se duas situações em que cada programa examinou peças publicitárias de determinados candidatos: 6-7-8, sobre o principal candidato opositor na província de Buenos Aires, Sergio Massa; PPT, sobre o principal candidato kirchnerista na mesma província, Martín Insaurralde.

6-7-8 compara a peça publicitária de Massa a do candidato à presidência da Espanha em 2008, José Luis Zapatero, de certa forma denunciando a cópia do roteiro com o título "Copiar y pegar". Dias depois, PPT compara a peça publicitária de Martín Insaurralde com a de Daniel Scioli, deputado da mesma província e do mesmo partido. A edição justapõe as peças e mostra que ambas foram gravadas no mesmo cenário, com a mesma tomada, em discursos similares.

Tabela 10 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Propagandas eleitorais

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Eleições Legislativas	Propagandas eleitorais	6-7-8	06/10	Spot Massa 2013 versus Zapatero 2008	X		
		PPT	13/10	Propaganda eleitoral da Frente para la Victoria			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências.							
Auto-referencialidade							
Não há referências.							
Auto-reflexividade							
Não há.							
Protagonização do							

telespectador	
Não há.	
Visibilidade do jornalista	
Não há.	
Enquadramento da política	
Enquadramento como jogo estratégico em ambos os casos.	

Parte importante do processo eleitoral são também os debates políticos entre os principais candidatos ao legislativo. O sistema eleitoral legislativo na Argentina funciona pelo sistema de listas. Ou seja, existem candidatos que encabeçam as listas em alianças ou partidos distintos em cada província.

Os candidatos com maior visibilidade eram os que encabeçavam as pesquisas nas províncias de Buenos Aires e na capital, que elege seus candidatos à parte como um Distrito Federal. Assim, os principais candidatos que tinham suas imagens em circulação eram Sergio Massa, Martín Insaurralde, Margarita Stolbizer e Francisco de Narváez (deputados pela província de Buenos Aires); Elisa Carrió, Sergio Bergman e Juan Cabandié (deputados pela Capital Federal); e Gabriela Michetti, Pino Solanas e Daniel Filmus (senadores pela Capital Federal).

Como não houve debate entre os candidatos à Câmara pela província de Buenos Aires, apenas os outros candidatos eram visibilizados quando se repercutiam os debates eleitorais, que não aconteciam em 6-7-8 e PPT, mas eram neles comentados.

Tabela 11 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Debates eleitorais

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Eleições Legislativas	Debates eleitorais	6-7-8	10/10	Debate Cabandié-Bergman-Carrió	X		X
		6-7-8	13/10	Repercussões do debate. Convidado: Juan Cabandié	X	X	X
		PPT	13/10	Câmeras no debate Cabandié-Bergman-Carrió			X
		6-7-8	17/10	Debate Filmus-Michetti-Solanas	X		X
		PPT	20/10	Críticas a Filmus pelo debate com Solanas e Michetti			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há referências.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referencialidade de ambos.							
Auto-reflexividade							
Não há auto-reflexividade.							
Protagonização do telespectador							
Não há.							
Visibilidade do jornalista							
Não há visibilidade do jornalista.							
Enquadramento da política							

Enquadramento como jogo estratégico por parte de 6-7-8, ao avaliar a atuação dos candidatos em debate e quem se saiu melhor ou pior. PPT enquadra como jogo estratégico o debate ao Senado criticando Filmus.
---

O escândalo que envolve o candidato kirchnerista Juan Cabandié poderia se concentrar como um eixo temático à parte. Porém, a repercussão do caso se deve em muito ao fato de a campanha eleitoral estar em vigor. Por isso, mantém-se como um sub-tema relacionado às eleições legislativas.

Filho adotado, Cabandié recuperou sua identidade como filho biológico de desaparecidos políticos em 2003, após recorrer às Abuelas de Plaza de Mayo em virtude de suspeitas que tinha sobre sua origem. Em 2005, foi indicado por Néstor Kirchner como coordenador do Conselho Federal de Juventude. Em 2007, como quarto candidato a deputado da lista da *Frente para la Victoria*, assumiu o cargo após o terceiro da lista, eleito, ceder seu lugar. Em 2011 concorria à reeleição pela Capital Federal.

O deputado é um dos principais dirigentes da agrupação política juvenil kirchnerista La Cámpora e, a exemplo dele, outros integrantes ocupam cargos políticos no governo, tanto eleitorais quanto por indicação. Quando PPT veicula uma reportagem que mostra os problemas de La Cámpora e o comportamento de seus líderes, junto a Cabandié, são citados Andrés Larroque, deputado federal, e Mariano Recalde, presidente da empresa estatal Aerolíneas Argentinas.

O escândalo em questão aconteceu quando Cabandié foi abordado em uma blitz de trânsito e a situação foi filmada por um dos agentes. Na ocasião, os agentes de trânsito pediram a ele comprovante de pagamento de seguro obrigatório. O deputado não possuía o comprovante e lhe foi avisado que o carro seria guinchado. Cabandié protestou, afirmando que se tratava de uma contravenção e que, por isso, seu carro não poderia ser recolhido. Disse também que, assim que voltasse para casa, regularizaria a situação. No entanto, Cabandié utilizou frases que repercutiram muito na imprensa, como quando pede por telefone a Martín Insaurralde para que a apliquem um corretivo, mas que não a demitissem, considerando ela uma "desubicadita" (desorientada).

Mesmo com a divulgação do vídeo completo, as leituras sobre o caso em 6-7-8 e PPT se mantiveram polarizadas: PPT veiculava fragmentos do vídeo que geravam efeito negativo sobre a imagem do deputado; 6-7-8 divulgava partes em que mostrava Cabandié questionando a razão de ser filmado enquanto conversava tranquilamente com os agentes.

Tabela 12 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Juan Cabandié e La Cámpora

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Eleições Legislativas	Juan Cabandié e La Cámpora	6-7-8	13/10	Repercussões de vídeo com agente de trânsito. Convidado: Juan Cabandié	X	X	X
		PPT	13/10	Cabandié e discussão com agente de trânsito			X
		PPT	13/10	Cabandié como síntese do analfabeto K	X		X
		6-7-8	15/10	Operação contra Cabandié	X		X
		6-7-8	16/10	Operação Cabandié: novo vídeo	X		X
		6-7-8	17/10	Mentiras da operação Cabandié	X		X
		PPT	20/10	Vídeo de Cabandié			X
	PPT	20/10	Sobre La Cámpora e o comportamento de Cabandié, Larroque e Recalde	X	X	X	
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATEZADO							
Topografia jornalística							
Não há referências em PPT.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referencialidade.							
Auto-reflexividade							
Não há auto-reflexividade.							
Protagonização do telespectador							
Não há protagonização do telespectador.							
Visibilidade do jornalista							
Entrevistas aos jornalistas que produziram material em PPT. Em 6-7-8, não há visibilidade.							
Enquadramento da política							
PPT enquadra como questões relevantes em relação a um comportamento que não deve acontecer. Em efeito, gera um prejuízo no jogo estratégico. 6-7-8 enquadra como uma operação midiática, dentro de um jogo estratégico.							

Passadas as eleições, há a necessidade de manter a temática sob forma de análise dos resultados. Assim, os programas fazem leituras distintas sobre os vencedores e os perdedores e consideram quem sai fortalecido ou enfraquecido, como o governo federal deverá lidar com a nova composição do Congresso, etc.

Esta etapa confunde-se temporalmente com um outro episódio relevante que será tratado no próximo subcapítulo: a sentença de constitucionalidade da Lei de Meios. Isto porque esta sentença, num processo judicial que se arrastava há mais de quatro anos, foi dada dois dias depois das eleições, o que dividiu o espaço imediato das eleições na agenda midiática.

Nas análises, PPT vai ao encontro da leitura que o Grupo Clarín faz sobre os resultados: uma derrota do kirchnerismo, já que perdeu espaço nas principais províncias do país e aumentou sua desvantagem na província de Buenos Aires em relação às eleições primárias, dois meses antes. 6-7-8 vai na contramão da leitura do Grupo Clarín e considera que o kirchnerismo obteve uma vitória nas urnas, já que o resultado

incrementou o quórum próprio e manteve a maioria absoluta na Câmara, muito em função do crescimento da FPV em províncias menores.

Tabela 13 - Enunciações sobre Eleições Legislativas. Subtema: Repercussões dos resultados

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Eleições Legislativas	Repercussões dos resultados	6-7-8	27/10	Análise dos resultados das eleições legislativas			X
		6-7-8	29/10	Análise das eleições e a "derrota do ganhador"	X		
		PPT	03/11	Eleições legislativas e o revés de Amado Boudou na Justiça			X
ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO							
Topografia jornalística							
Não há reflexão sobre topografia jornalística.							
Auto-referencialidade							
Não há auto-referência							
Auto-reflexividade							
Não há auto-reflexividade.							
Protagonização do telespectador							
Não há protagonização do telespectador.							
Visibilidade do jornalista							
Não há visibilidade do jornalista.							
Enquadramento da política							
Enquadramento da política como jogo estratégico por ambas as partes.							

#### 7.3.4. Aplicação da Lei de Meios

Um dos grandes acontecimentos políticos de 2013 foi a sentença de constitucionalidade da Lei de Meios Audiovisuais, proferida pela Corte Suprema no dia 29 de outubro deste ano. O assunto, como era previsto, gerou forte repercussão em todos os principais dispositivos midiáticos do país - não foi diferente em 6-7-8 e *Periodismo Para Todos*.

Desde agosto, esperava-se o julgamento em definitivo da lei, após 4 anos de processo judicial em trânsito. No entanto, a decisão foi adiada e os juízes argumentavam que o julgamento não ocorreria durante o período eleitoral. Passados dois dias, enquanto a agenda midiática ainda repercutia e aprofundava os resultados das eleições, a sentença foi dada. Por seis votos a cinco, os juízes consideraram o texto original da lei, em sua íntegra, constitucionais, contrariando a demanda do Grupo Clarín em considerar inválidos alguns artigos da lei que o prejudicariam diretamente.

Até esta data, eram muito poucas as referências à Lei de Meios Audiovisuais, e não as tratava como temática central. Embora a origem dos programas remonte à ela, as

temáticas abordadas não se centravam nesta discussão. Com a sentença, a Lei de Meios voltou à tona como eixo temático importante, abordado em profundidade pelos dois programas. durante pouco mais de uma semana.

As enunciações destacadas refletem uma linha de acontecimentos. No dia da sentença, milhares de militantes tomaram a Praça do Congresso para comemorar o feito, e 6-7-8 realizou uma edição especial, com a presença de um auditório composto por personalidades políticas, integrantes de ONGs e de movimentos sociais, professores, jornalistas, muitos que participaram do processo de concepção da Lei de Meios desde antes de 2009 até aquela data.

Apesar de toda a comemoração, a sentença também apontou a necessidade de adequações de conduta direcionadas ao governo federal e à AFSCA. Estas adequações foram bastante exploradas pelo Grupo Clarín, em contraponto à leitura governista, tanto que ocuparam espaço de reportagem, entrevista e comentário em PPT.

6-7-8, então, aumentou seu foco nas ações da empresa. Acompanhou a repercussão da ida de jornalistas aos Estados Unidos para reivindicar abusos contra a liberdade de imprensa junto à Organização dos Estados Americanos (OEA) - e a consequente defesa da OEA à Lei de Meios -; acompanhou a reação do Grupo Clarín em seus dispositivos até quando a empresa apresentou seu plano de adequação voluntária à lei - naquele momento, uma contradição, já que o discurso do grupo, durante os anos de batalha judicial até dois dias antes, no editorial de Lanata, era o de que os canais de TV ou as estações de rádio poderiam ser fechadas.

Tabela 14 - Enunciações sobre aplicação da Lei de Meios

EIXOS TEMÁTICOS	SUB-TEMAS	PROGRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Aplicação da Lei de Meios	Consequências da sentença	6-7-8	29/10	Lei de Meios em plena vigência (sentença da Corte Suprema)	X	X	X
		6-7-8	29/10	Programa especial, com vários convidados		X	X
		6-7-8	31/10	Jornalistas vão aos Estados Unidos defender o Clarín	X		X
		6-7-8	31/10	Violenta reação do Grupo Clarín	X		X
		6-7-8	31/10	Sentença enojou Clarín	X		X
		6-7-8	03/11	Fúria do Clarín e desculpas para não cumprir lei	X		X
		PPT	03/11	Editorial de Lanata sobre a Lei de Meios			X
		PPT	03/11	Lei de Meios e a AFSCA	X		X
		PPT	03/11	Entrevistas a especialistas de meios		X	X
		6-7-8	05/11	Plano de adequação do Clarín contradiz a desapareição de seus meios	X		X

ASPECTOS ANALÍTICOS DA MEDIATIZAÇÃO	
Topografia jornalística	
Há referências à topografia jornalística em PPT quando Lanata fala sobre o que pode acontecer com a dinâmica de funcionamento de seu programa.	
Auto-referencialidade	
Há auto-referencialidade em PPT para falar sobre as próprias produções e sua credibilidade. 6-7-8 faz auto-referência ao buscar historicamente as discussões sobre a Lei de Meios no programa.	
Auto-reflexividade	
Há auto-reflexividade em PPT e em 6-7-8 ao falar sobre seus modos de dizer em consequência da lei.	
Protagonização do telespectador	
Não há protagonização do telespectador.	
Visibilidade do jornalista	
Jornalistas são entrevistados em PPT. Em 6-7-8, os atores midiáticos entrevistados estão relacionados diretamente ao assunto.	
Enquadramento da política	
Enquadramento como questões relevantes e jogo estratégico em ambos. PPT busca mostrar que há a intenção do governo em atacar o Grupo Clarín, já que não cumpre a lei em alguns quesitos quando se direciona a outros meios. Desenvolve também quesitos apontados pela sentença que são direcionados ao governo, como questões relevantes. 6-7-8 considera as consequências da sentença como algo importante para a pluralidade e a democratização dos meios, considerando um enquadramento com questões relevantes. Há jogo estratégico também quando 6-7-8 considera benéfico para um projeto Nacional e Popular pretendido.	

### 7.3.5. Temáticas homólogas: entre a deslegitimação e o silenciamento

As enunciações relacionadas abaixo seguem uma lógica de organização diferente dos itens anteriores. Tratam-se de temáticas homólogas. Ou seja, elas não são comparáveis entre si, por se distribuírem em assuntos distintos. Desta forma, eles se relacionam por tratarem de pessoas ligadas ao governo Kirchner, a aliados, ao Grupo Clarín, a opositores, ou tangenciam eixos temáticos mais amplos dentro da configuração observável.

Em nossa amostragem, identifica-se estas reportagens, entrevistas e comentários como integrantes do diagrama inicialmente proposto. No entanto, elas não se encaixam nos eixos temáticos análogos, pois não possuem pontos de comparação entre um programa e outro. Não são temáticas semelhantes. Em compensação, possuem um mesmo ponto de origem. Esta origem transita entre a tentativa de deslegitimação, a descredibilização e o silenciamento.

O agrupamento das matérias nos eixos temáticos abaixo - Governo Kirchner e aliados; Grupo Clarín e candidatos de oposição ao governo; e outras temáticas se dá pelo fato de encontrar nelas estes dois pontos em comum. O efeito de tentativa de deslegitimação identifica-se em PPT quando percebe-se que todas as reportagens que têm como temática atores políticos do kirchnerismo ou de aliados busca denunciar, mostrar casos de corrupção e de violência ou considerar inaceitáveis tais condutas. Em 6-7-8, quando a temática envolve atores políticos do kirchnerismo, há a exaltação e o

silenciamento de críticas a suas ações. Isso fica evidenciado na observação das enunciações da tabela abaixo.

Tabela 15 - Enunciações sobre governo Kirchner e aliados

EIXOS TEMÁTICOS	PRO GRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Governo Kirchner e aliados	PPT	22/09	Guillermo Moreno e o pongui pongui	X		X
	PPT	22/09	Raúl Othacehé, prefeito de Merlo, agressão verbal a jornalista do Clarín	X	X	
	PPT	29/09	Julio Pereyra é prefeito de Florencio Varela há 21 anos num município muito pobre e não prestou informações sobre a Ditadura	X		
	PPT	13/10	Aníbal Fernández citando Bon Jovi no Senado			X
	PPT	13/10	Quantidade de voos privados de Cristina e funcionários próximos	X		X
	PPT	13/10	Situação atual das Aerolíneas Argentinas e as promessas de Mariano Recalde			
	PPT	03/11	Como se maneja um grupo para "ganhar as batalhas" nas redes sociais. Denúncia sobre CiberK	X	X	X
	PPT	03/11	Crescimento do patrimônio pessoal de Sergio Urribarri, governador de Entre Ríos	X		X
	PPT	10/11	Extorsão, lavagem de dinheiro e fuga de capitais. Lázaro Báez, Elaskar e Campagnolli			X
	PPT	10/11	Vinculação do narcotráfico com funcionários do Estado	X	X	X
	6-7-8	15/10	Martín Insaurrealde com Belén Mosquera, agente de trânsito	X		
	6-7-8	23/10	A quatro dias das eleições: Daniel Filmus		X	X
	6-7-8	24/10	Visitam: Juan Cabandié e Jorge Taiana		X	X
	6-7-8	24/10	A 3 anos da morte de Néstor Kirchner, canção de ontem	X		
	6-7-8	27/10	Homenagem a Néstor Kirchner	X		
	6-7-8	16/10	Eleições 2013. Análise de Enrique Pinti		X	X
	6-7-8	16/10	Eleições 2013. Daniel Filmus em Duro de Domar	X		

A leitura dos programas se inverte perfeitamente quando a temática passa a ser o Grupo Clarín ou políticos opositores ao governo. A partir de seu formato televisivo, o efeito das enunciações de 6-7-8 é a tentativa de ferir a credibilidade do Grupo Clarín, tanto seus dispositivos midiáticos quanto seus atores individuais, assim como partidos e políticos de oposição.

As enunciações elencadas abaixo evidenciam a prática. Mais do que isso, mostram que PPT não dedica espaço, neste *corpus* de pesquisa, para críticas a políticos opositores ao governo, silenciando assim suas críticas políticas - características do programa - que não encontram respaldo em medida semelhante aos demais políticos. O candidato Sergio Massa, por exemplo, principal opositor ao kirchnerismo nas eleições de 2013, é apontado inúmeras vezes por 6-7-8 como o preferido pelo Grupo Clarín. PPT não faz referências a ele, nem críticas, nem em defesa.

É necessário fazer uma ressalva em relação a essas referências por parte de PPT. Exclui-se da amostragem do *corpus* de pesquisa os quadros humorísticos do programa. Dentre estes quadros, há a presença de sátiras a alguns candidatos de oposição ao kirchnerismo, e há crítica política neles. Alguns exemplos de quadros que envolvem a oposição, brevemente:

Casada con Pino - Quadro de humor que satiriza a aliança política entre Elisa Carrió (UCR) e Pino Solanas (Proyecto Sur) nas eleições de 2013. Carrió é deputada federal e ferrenha opositora do kirchnerismo. Solanas é deputado federal e diretor de cinema, ligado a questões ambientais. No quadro, o programa satiriza como seria a vida deles se fossem um casal amoroso.

Maurício Macri e Horácio Larreta - Satiriza a figura do prefeito de Buenos Aires e seu inseparável chefe de gabinete, que busca projeção política própria sem abrir mão de ser um fiel servidor e apoiador de Macri.

Opta-se por excluir estes materiais da análise para centramo-nos nas enunciações anteriormente destacadas: reportagens, entrevistas e comentários. Assim, quando o eixo temático é Grupo Clarín e políticos opositores, não há referências a isso em *Periodismo Para Todos* nas enunciações elegidas para análise deste *corpus* de pesquisa.

Tabela 16 - Enunciações sobre Grupo Clarín e políticos opositores ao governo

EIXOS TEMÁTICOS	PRO GRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Grupo Clarín e políticos opositores ao governo	6-7-8	22/09	Massa 2013 versus Massa 2008	X		
	6-7-8	22/09	Papelão da equipe que checa tudo (Clarín)	X		X
	6-7-8	25/09	Sociedade Rural e Clarín decidiram que Massa não debata?	X		X
	6-7-8	26/09	Massa contra plano de entrega de netbooks	X		X
	6-7-8	29/09	Ecos do conclave golpista. Elisa Carrió	X		
	6-7-8	03/10	O que dizem sobre os satélites	X	X	X
	6-7-8	03/10	Debates. Clarín mentiu para proteger Massa	X		
	6-7-8	03/10	Conflito por contaminação de Botnia	X		X
	6-7-8	09/10	Clarín ignorou apoio a Cristina no Prêmio Condor	X		X
	6-7-8	13/10	Acordo com Banco Mundial. Clarín não gostou	X		
	6-7-8	16/10	The Telegraph e Clarín. Círculo vermelho da mentira	X		
	6-7-8	16/10	Lanata atacou ao músico Mollo	X		X
	6-7-8	16/10	Por trás de Macri e Massa, há Del Sel (humorista)	X		
	6-7-8	16/10	Papelão da Fox sobre internação de CFK	X		
	6-7-8	17/10	De La Sota: narcotráfico e ameaças a jornalistas	X		
	6-7-8	22/10	Sem repercussões. Massa bateria no filho de 8 anos	X		X
	6-7-8	22/10	Estilos violentos. Massa e o futebol do Tigre	X		X
	6-7-8	24/10	Os quadros que desprega cada um	X		X
6-7-8	29/10	Até Massa está de acordo com a sentença	X			
6-7-8	31/10	O que opina Telenoche sobre Sabbatella	X			

	6-7-8	05/11	Operação de Fontevecchia a Lorenzetti	X		X
	6-7-8	05/11	Macri e Carrió contra a democracia	X		
	6-7-8	05/11	Contradições do clube dos M	X		
	6-7-8	07/11	Operação Magdalena Ruiz	X		X
	6-7-8	07/11	Eliashev desconhece rechaço da OEA a Clarín	X		
	6-7-8	07/11	Moyano não pôde com Macri e De Narváez, agora se junta com Massa	X		X
	6-7-8	07/11	Lanata não gostou da imitação	X		
	6-7-8	10/11	Publicista do PRO reivindicou a Hitler	X		
	6-7-8	10/11	Como funcionam os meios tradicionais	X		X

Além dos dois eixos temáticos acima, identifica-se algumas enunciações homólogas que não podem ser classificadas nem em uma tabela, nem em outra. São temáticas que relacionam os campos sociais, as instituições e os meios de maneira transversal, em que não é possível classificá-las como parte de algum sub-tema. Nesta tabela, estão presentes enunciações diversas.

Por parte de PPT, repercute-se dois acontecimentos. O primeiro está relacionado a uma campanha solidária realizada pelo programa para arrecadar donativos a famílias que sofrem fome e sede em duas províncias argentinas. Neste caso, Jorge Lanata repercute as ameaças sofridas por famílias que deram entrevistas ao programa relatando descaso do poder público local na província de Formosa. As ameaças tornaram-se assunto político por terem partido de autoridades políticas da província, governada por Gildo Insfrán, ligado à *Frente para la Victoria*. No segundo, Lanata comenta sobre a coincidência de ter sido internado no mesmo hospital que Cristina para realizar um procedimento cirúrgico nos rins, e questiona o fato da presidente ter dito em uma oportunidade que os presidentes deveriam se tratar em hospitais públicos, apesar de aquele mesmo hospital ser privado.

Já 6-7-8 fala sobre o apoio argentino ao discurso de Dilma Rousseff sobre a espionagem dos Estados Unidos, a falta de cobertura midiática sobre um grande programa de governo, o Plan ProCreAr, semelhante ao Minha Casa Minha Vida brasileiro e repercute o editorial do jornal O Globo em que a publicação faz uma auto-reflexão sobre seu posicionamento de apoio à ditadura de 1964 no Brasil. Além disso, 6-7-8 dedica um programa especial aos 30 anos do retorno da democracia, quando Raúl Alfonsín assumiu o poder após anos de ditadura militar, e a histórica luta contra as "corporações". O programa entrevista Leopoldo Moreau, histórico líder da UCR que, como deputado federal no governo de Alfonsín, presidiu a Comissão de Comunicações da Câmara e, à época, uma das principais vozes em defesa de uma nova lei para a

radiodifusão do país. Por fim, há repercussão de comentários feitos pelo argentino Joseph Stiglitz, prêmio Nobel da Paz, sobre os problemas da hegemonia midiática.

Tabela 17 - Enunciações sobre temáticas transversais

EIXOS TEMÁTICOS	PRO GRAMA	DATA	MATÉRIA	R	E	C
Temáticas transversais	PPT	29/09	Ameaças sofridas por algumas famílias que falaram ao PPT sobre a "fome de água" em Formosa	X		X
	PPT	13/10	Lugar de internação de Lanata e de Cristina			X
	6-7-8	24/09	Argentina respaldou Brasil por discurso contra espionagem	X		
	6-7-8	26/09	Novos créditos do Plan ProCreAr	X		X
	6-7-8	26/09	Autocrítica de O Globo por apoiar ditadura	X		
	6-7-8	30/10	Democracia x Corporações	X		X
	6-7-8	30/10	Visita Leopoldo Moreau (UCR)		X	X
	6-7-8	30/10	30 anos de Democracia	X		
	6-7-8	31/10	Repercussão do programa de ontem (Moreau)	X		
6-7-8	31/10	Nobel Joseph Stiglitz e hegemonia midiática	X			

#### 7.4. Analogias e homologias teóricas

Ao percebermos as analogias temáticas, podemos traçar algumas características compartilhadas ou polarizadas por 6-7-8 e PPT em cada sub-tema tratado em suas enunciações. Estas percepções nos dão pistas de relações que indicam um enfrentamento de imagens. Estes enfrentamentos, postos em circulação, geram efeitos midiáticos que perpassam toda ambiência midiaticizada.

Para PPT, o caso Noble Herrera é um factóide político que o governo federal quer protelar com a unificação do Banco Nacional de Dados Genéticos (BNDG). Para 6-7-8, questionar a lisura do processo de transferência do BNDG é uma forma do Grupo Clarín tentar encobrir o caso Noble Herrera.

Para PPT, as calças, as entrevistas e os discursos da ONU de Cristina Kirchner são temas explorados apenas em comentários e quadros humorísticos. Assim como as entrevistas, o discurso na ONU é irrelevante para PPT. Para 6-7-8, dar destaque às calças de Cristina são consideradas idiotices midiáticas, e as entrevistas mostram um lado mais humano da presidente que é bastante explorado positivamente. O discurso na ONU é uma afirmação da soberania nacional e um gesto de coragem e força de Cristina.

Ainda em relação à presidente, sua internação representa um assunto de interesse público que demanda mais informações para PPT. Mais além, as consequências políticas da internação - quem a substituiria - são colocadas sob suspeita apesar das

regras constitucionais. 6-7-8 considera a internação uma questão de ordem pessoal, cujas informações são suficientemente supridas, e a sua substituição na presidência segue a ordem constitucional natural.

Nas eleições legislativas, quando os programas falam sobre as propagandas eleitorais, 6-7-8 considera a peça publicitária do candidato Sergio Massa (oposição ao governo) como uma falta de originalidade. PPT faz a mesma avaliação em relação a uma peça de Martín Insaurralde (aliado ao governo).

Para PPT, os debates eleitorais, por sua vez, apontam fraqueza de candidatos kirchneristas. Em 6-7-8, os debates representaram a força dos candidatos aliados ao governo. A repercussão dos resultados é identificada como uma derrota do kirchnerismo por PPT. Por 6-7-8, uma vitória.

O vídeo que envolve Juan Cabandié repercute em PPT como exemplo de má conduta e de jovem que quer o governo para o país a partir de La Cámpora. 6-7-8 disponibiliza espaço de defesa ao candidato e considera a exploração do caso uma operação midiática com fins políticos.

A sentença da Lei de Meios Audiovisuais, evidentemente, é apenas mais um exemplo de prática de enfrentamento de imagens. Para PPT, a aplicação da Lei de Meios é tratada como uma derrota da liberdade de expressão e da democracia. Para 6-7-8, uma vitória, da liberdade de expressão, da democracia e do povo argentino.

Todas as temáticas descritas na unidade anterior e aqui resumidas em seus antagonismos são suficientes para atestar uma prática recorrente de um enfrentamento, que possui na razão instrumental o seu denominador comum. O antagonismo e a polarização estão presentes nas leituras dadas às temáticas. Estas mesmas características fazem parte da relação social entre os meios e as instituições em que os dois lados participam no espaço de interseção dos campos. Neste mesmo espaço, os processos de midiaticização acontecem, causa e efeito de uma ambiência midiática e política em transformação.

Entende-se por razão instrumental o que o tensionamento entre a visão weberiana e habermasiana resultam sobre o assunto. Tem origem na razão iluminista, que buscava libertar o homem fortalecendo o saber e o uso da razão como instrumento emancipatório. O saber idealizado pelo Iluminismo é direcionado para a ciência e a técnica, e transforma-se num instrumento para manutenção do poder pela dominação e repressão.

Quando Max Weber o aplica à dinâmica de funcionamento da burocracia moderna, define a razão instrumental como "a escolha adequada entre alternativas e a eleição pertinente de meios para o alcance de fins estabelecidos" (OLIVEIRA, 1993, p. 21), subtraindo, assim, a dimensão política da dominação e a possibilidade do diálogo para um caminho alternativo. Neste ponto, Habermas o critica, e propõe uma visão mais otimista da racionalidade, que deixa para trás o positivismo de Weber e o recompõe a partir da dialética, com um novo paradigma: o agir comunicativo.

Este novo paradigma não suprime a razão instrumental, mas a deixa atrelada à razão comunicativa, que, para Habermas, poderia assegurar a sobrevivência da modernidade. Para ele, a ótica do sistema é onde se localiza a razão instrumental: a economia, a produtividade e o poder. Em fusão com a dimensão do mundo vivido, regido pela razão comunicativa conforme Habermas, existe a necessidade de que não haja prevalência do primeiro sobre o segundo.

Sendo assim, a atuação de *Periodismo Para Todos* e 6-7-8 em relação a eixos temáticos presentes na configuração observável investigada compartilham a ação estratégica como denominador comum de racionalidade. Esta estratégia, então, busca a defesa dos meios e das instituições às quais faz parte e retornam aos seus campos sociais de origem. A circularidade da ação estratégica também fica mais clara quando se percebe que há um retorno, por parte de 6-7-8 ao campo político e de PPT ao campo midiático, para a defesa de seus princípios estruturais e todas as instituições e meios dos quais fazem parte.

O que veremos nas próximas unidades é uma análise sobre como este enfrentamento de imagens gera efeitos sobre os processos de mediação. Busca-se referências nas primeiras unidades deste trabalho, em torno da contextualização histórica, dos ambientes políticos e midiáticos que os casos estão localizados, além de se tentar compreender como é transformada esta sociedade em mediação a partir da circulação dos conteúdos analisados.

Recuperando o problema de pesquisa, busca-se utilizar os referenciais analíticos da metodologia e referenciais teóricos que agregam esforço à analítica da mediação para compreender, por duas perspectivas: 1) como se manifestam processos de mediação da sociedade numa perspectiva de produção, consumo e recepção, chamada aqui de midiático-comunicacional, que versa sobre uma análise em microescala do objeto empírico e suas relações; 2) como se manifestam processos de mediação numa perspectiva midiático-social, focada nas relações entre campos

sociais, instituições e meios, numa escala macrossocial que perpassa a abrangência dos programas televisivos.

### **7.5. Microescala: uma perspectiva analítica midiático-comunicacional**

Existem duas perspectivas possíveis para se apontar transformações nas relações entre os campos sociais em direção a uma sociedade em midiatização. Uma delas versa sobre uma perspectiva em microescala. Nestas relações, que convencionamos chamar de analítica midiático-comunicacional, busca-se a compreensão das relações entre produção, consumo e recepção.

Além disso, desenvolve-se uma análise sobre as características dos marcadores metodológicos utilizados para se avaliar as práticas midiatizadas dos dois programas e de seus meios, num ponto de vista que abrange os programas, seus atores e os dispositivos onde são veiculados. Aproveita-se este espaço para uma avaliação aos métodos usados, suas forças e fraquezas para este trabalho. Este tensionamento deve ajudar na própria eficiência dos resultados de pesquisa.

A análise crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais, uma das propostas metodológicas para investigar o material empírico, se mostra insuficiente para a análise da midiatização. O método é uma proposta que Becker (2012) desenvolve para que se caracterize uma narrativa que, por sua natureza, é de difícil compreensão e síntese.

O conjunto de categorias que Becker (2012) propõe consegue dar um panorama geral sobre como cada um dos programas se apresenta. Em princípio, pode-se dizer que são formatos que se distanciam do padrão de narrativas audiovisuais da televisão aberta brasileira, o que impossibilita a comparação com qualquer exemplo mais próximo à realidade local.

Se levarmos em consideração a qualidade dos programas de televisão, precisa-se recorrer às noções de televisão de qualidade propostas por Machado (2000), nas quais encontramos respaldo para afirmar: (1) há uma aparente qualidade técnica na fotografia, nos formatos originais, no roteiro, na apresentação, nas visualidades, no som; (2) alta capacidade de detectar demandas, principalmente, da sociedade e transformá-las em produtos; (3) são competentes para explorar recursos inovadores, como o humor intercalado com denúncias políticas, o resgate de arquivos telejornalísticos, o *mise en scène*; e (4) possuem capacidade de gerar mobilização, participação, comoção nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo.

Machado (2000) observa que, para um mesmo fluxo televisual, o que neste trabalho podemos chamar de enunciação, pode-se ter diferentes leituras. Ou seja, significar um telejornal ou qualquer narrativa jornalística audiovisual "é função do contexto cognitivo ou sociocultural do processo de interpretação, razão por que ela sempre transborda de qualquer intenção" (MACHADO, 2000, p. 100-101).

Por isso, distancia-se o máximo que a vigilância epistemológica nos permita de definir as intencionalidades das enunciações de cada programa, que geram efeito sobre o pesquisador e suas subjetividades.

A TV Pública e o Canal Trece são caracterizados como canais de televisão generalista (WOLTON, 1996). Ambos possuem abrangência nacional por meio de uma rede de redistribuidoras e são canais abertos. Isto vai ao encontro das forças que Wolton (1996, p. 112-115) afirma existirem neste modelo:

Informação e entretenimento - É a única que une gêneros que estão na origem do sucesso da televisão e que constituem aspectos da realidade: o mundo objetivo, histórico, e o mundo do lazer e da distração.

PPT e 6-7-8 se encaixam nesta característica ao tratarem de temáticas políticas e midiáticas com espaço para breves quadros de entretenimento, ou seja, cargas de humor sobre a própria temática informativa, como os comentários de Jorge Lanata ou as narrações sarcásticas em 6-7-8, além de esquetes humorísticas e apresentações musicais.

Programação - Oferece todos os dias um conjunto de programas ao mesmo tempo idênticos e diferentes. O caráter democrático de saber que os programas estão visíveis e que só os assiste se quiser é uma forma de comunicação constitutiva do laço social.

A programação dos dois canais é diversificada. Existem programas de auditório, produções próprias de ficção, futebol, telejornais, programas infantis. Na linguagem televisiva, é possível dizer que o futebol é o "carro-chefe" da TV Pública. 6-7-8 fica logo atrás, em termos de audiência, e ambos são produtos de TV aberta, disponíveis, em tese, a todos. PPT é a atração de maior audiência aos domingos no Canal Trece.

Televisão e democracia de massa - Traduz uma heterogeneidade de gostos e aspirações, de mensagens e públicos, e se dirige a todos, constituindo laços sociais de participação simultânea e livre de uma atividade coletiva.

A experiência de 6-7-8 é bastante particular, já que os índices de audiência no Ibope não costumam ser tão altos e raramente lidera a audiência geral em TV aberta. No entanto, possui comunidades ativas em redes sociais que se dedicam a debater e

repercutir o material do programa. No marco de uma sociedade em midiatização, este efeito torna-se de potencial investigação, por poder se tornar um importante referencial identitário. Outros estudos já tentam dar conta desta característica. García (2011) afirma que o surgimento de uma identidade coletiva que tem como referência um programa televisivo como 6-7-8, "deve ser entendida em um contexto no qual os atos de consumo passam a constituir importantes ordenadores de sentido para o interior da sociedade" (2011, p. 89). O ato de afirmar "eu vejo 6-7-8, não vejo TN, não leio Clarín" constitui, para o autor, uma afirmação da própria identidade.

A despeito de algumas características já tratadas no decorrer do trabalho, em especial no capítulo 2, pode-se contrapor os modelos de televisão geralista que Wolton (1996) delimita, entre a privada e a pública, e perceber que, no decorrer dos anos, a TV aberta sempre manteve seu espaço garantido no sistema midiático, tanto nos países a que se refere o autor quanto no Brasil ou na Argentina.

A televisão geralista privada, para Wolton (1996), enfatiza a lógica econômica, pois garante um grande público e um vasto mercado. Além disso, por herança da origem norte-americana do modelo, cria o fator de integração social e de identidade coletiva para um país. Já a televisão pública, originária da Europa, correspondeu a uma desconfiança em relação ao dinheiro e ao poder televisual, em busca da trilogia "distrair-se, informar-se, educar-se", por lógicas políticas e culturais. Políticas pela crença de deter o poder; culturais por entender que a difusão do conteúdo deveria ser favorável à cultura de todos.

O caráter privado do Canal Trece é um dos motivos que a TV Pública, por seu caráter público (apesar da forma que é usado; no caso deste trabalho, político-partidário) e antagônico, tenta contrapor e atingir, descredibilizando suas práticas. Ou seja, apesar de todas as transformações de uma sociedade em midiatização, com o advento de novas tecnologias, novas circularidades, novas ambiências comunicativas e uma constante complexificação dos efeitos midiáticos na recepção, a tese geral de modelos privados e públicos de televisão geralista não sofreu grandes mudanças.

#### 7.5.1. Aspectos analíticos da midiatização

Quando propusemos alguns aspectos metodológicos baseados nos trabalhos de Fausto Neto (2008) e Strömbäck e Dimitrova (2011), identificamos marcadores

relevantes para compreender que transformações seriam perceptíveis na midiatização do jornalismo e da política, assuntos aos quais se dedicam os dois autores respectivamente.

No subcapítulo 7.3, dividimos os principais eixos temáticos em tabelas com subtemas aos quais confrontamos os aspectos com as características percebidas no *corpus* de pesquisa. Por ordem de aplicação, os retomamos: (a) transformações da "topografia jornalística"; (b) auto-referencialidade do processo produtivo; (c) auto-reflexividade posta em ato; (d) estratégias de protagonização do leitor; (e) visibilidade do jornalista; (f) enquadramento da política, com questões relevantes ou como jogo estratégico.

Os primeiros quatro itens se referem ao trabalho de Fausto Neto (2008). Neste caso, há um foco sobre a midiatização das práticas jornalísticas aplicadas aos meios impressos. Adapta-se tal análise para a televisão e, de maneira geral, elas se manifestaram em menor frequência do que era esperado. Abriremos os itens, um a um, sobre os quais faz-se uma análise de suas práticas. Após, faz-se um exercício sobre novas possibilidades que são pistas de transformações geradas pela midiatização no caso argentino, transformações estas mais abertas, não atreladas às lógicas políticas e midiáticas.

a) São poucas as menções que os dois programas fazem sobre a organização e o funcionamento de seus ambientes de trabalho. Uma expectativa da pesquisa era que 6-7-8, por focar numa análise crítica sobre as práticas jornalísticas, explorasse mais sua própria topografia jornalística. No entanto, os exemplos extraídos em que se pode identificar a prática estão todos em PPT.

Conforme identificamos, na edição do dia 6 de outubro, Lanata explica que, quando Cristina Kirchner é internada, os boletins médicos e o acesso às informações de seu estado de saúde não são suficientes. Explica que, em virtude desta falta de informação, a temática ganha dimensão jornalística, pois surgem várias questões que suscitam perguntas na dinâmica do trabalho da redação. Numa segunda situação, quando Lanata anuncia um longo editorial sobre a sentença da Lei de Meios, o apresentador explica o funcionamento do programa, ressalta como as matérias são produzidas e questiona como ele poderia se transformar caso o governo intervenha em PPT, no Canal Trece ou em outros meios do Grupo Clarín.

b) Quanto mais abrangente for a ideia de auto-referencialidade do processo produtivo, mais referências poderemos encontrar nos dois programas. 6-7-8, como integrante de um campo midiático, é em larga medida auto-referencial ao processo

produtivo dos demais integrantes deste campo. Tendo em vista a auto-referencialidade de 6-7-8 por si mesmo, a frequência diminui, mas ainda é maior que em PPT.

Em relação às temáticas análogas, ambos os programas manifestam estratégias de auto-referencialidade no mesmo eixo, quando falam sobre a sentença a favor da constitucionalidade da Lei de Meios Audiovisuais. PPT retoma, nesta situação, suas próprias produções: denúncias e reportagens que confrontam uma visão que Lanata considera que o governo tenta impor contra o Grupo Clarín com a Lei de Meios. Neste mesmo episódio, 6-7-8, um programa criado e desenvolvido em paralelo à discussão e à tramitação da Lei de Meios, exhibe discussões que aconteceram no programa sobre esta temática, numa referência de auto-celebração jornalística.

Apesar deste quesito não estar presente com frequência durante as enunciações vinculadas às temáticas, é perceptível a utilização de auto-referências em situações de caráter não-informativo. Por exemplo, a abertura do programa brinca com referências aleatórias aos números 6, 7 e 8. São exemplos: quando o músico argentino Índio Solari grita "seis, siete, ocho" (seis, sete, oito, em espanhol) durante um show no momento em que entra ao vivo pelo canal Todo Noticias (TN, do Grupo Clarín); quando o ex-presidente Lula faz referência aos números 6, 7 e 8 durante uma entrevista; ou quando um narrador de futebol, em plena transmissão, constrói a frase "seis, siete, quizás ocho equipos".

Em PPT, as auto-referências são bastante pontuais. A centralização do programa na figura de Jorge Lanata faz com que PPT se perca como um auto-referencial. Todos os quadros, entrevistas e mesmo reportagens giram em função de seu apresentador. É possível sugerir que o contrato de leitura de PPT esteja vinculado à legitimidade atribuída ao seu âncora, enquanto que em 6-7-8, se os apresentadores ou comentaristas mudam, o contrato de leitura se mantém.

c) A auto-reflexão sobre os "modos de dizer" de cada um dos programas se manifesta com frequência maior. A tensão existente no sistema midiático e nos efeitos que as enunciações produzem pelos programas em questão podem colaborar para a presença deste aspecto. A circulação das enunciações se vincula em grande medida à necessidade desta prática por parte dos dois programas.

Quando PPT veicula reportagens e comentários sobre o Banco Nacional de Dados Genéticos e o caso Noble Herrera, Lanata reflete sobre o discurso de políticos governistas ao fazer uma leitura sobre os modos de dizer destes. Postos em circulação, as enunciações são apropriadas por 6-7-8, que re-edita o material e faz inferências sobre

os supostos modos de dizer de Lanata. Neste caso, não se trata de uma auto-reflexividade, mas é relevante apontar que existe uma reflexividade cruzada, explorada pelos programas para apontar as possíveis intenções de um lado e de outro.

O assunto que suscita mais auto-reflexividade é quando os dois programas falam sobre seus modos de dizer em consequência da lei. Neste caso, pode-se compreender que a presença do aspecto no eixo temático sobre a aplicação da Lei de Meios remete às origens de 6-7-8 e PPT. Ambos são concepções originárias de um ambiente em que o conflito entre Grupo Clarín e governo Kirchner em torno da lei começava ou se fortalecia. É exigido de ambos, neste contexto em que se supera a ideia e a função de um suporte midiático em direção a um ator social, que estejam mais claramente posicionados em torno de seus modos de dizer.

Por isso, não é possível afirmarmos que um programa gera no outro a necessidade de uma auto-reflexividade. Porém, há uma constante vigilância de um sobre o outro, principalmente de 6-7-8 sobre PPT, mas também há uma percepção por parte de PPT de que 6-7-8 precisa, da mesma maneira, refletir sobre si. Lanata, em um momento que comenta sobre as recomendações feitas pela sentença direcionadas ao governo, afirma que a TV Pública precisa garantir a pluralidade e a diversidade de vozes, e questiona: "Já viram 6-7-8? Isto é pluralidade?". Em 6-7-8, é constante a retomada da imagem de Lanata, pois a edição das reportagens baseadas em arquivos permite ao programa encontrar imagens e frases do apresentador defendendo a Lei de Meios ou sendo contraditório em relação ao passado.

d) Apesar de impulsionarem o uso e a agregação de conteúdo em torno de *hashtags* divulgadas na tela dos programas, praticamente não há, no *corpus* de pesquisa, estratégias de protagonização do telespectador. Não é característico de 6-7-8 nem de PPT a interação colaborativa ao vivo com seu público. Supõe-se que alguns materiais exibidos nos programas sejam originados ou produzidos pelo público, por sua natureza amadora, mas não é possível afirmar isso pois nenhum deles aponta qual a origem ou se foi colaboração de algum telespectador. A única referência que há a um material produzido pelo público é quando Cristina Kirchner recebe alta e 6-7-8 mostra homenagens feitas por militantes e que circulavam nas redes sociais.

Desta forma, as *hashtags* cumpriam uma estratégia de fazer com que os programas repercutissem nas redes sociais, com frequência fazendo referência ao lado oposto. Em PPT, as *hashtags* aludiam, na maioria das vezes, a uma conotação negativa relativa à reportagem que era exibida sobre o kirchnerismo: #NuncaUnBondi (sobre o

uso de aviões e helicópteros pelo governo), #LaCamporonga (sobre a organização kirchnerista La Cámpora e o comportamento de seus jovens), #OtraManiobraK (sobre a transferência do BNDG para âmbito federal). Em 6-7-8, as *hashtags* faziam referência ao próprio programa com maior frequência.

e) A visibilidade do jornalista é apontada por Strömbäck e Dimitrova (2011) como um fator para medir o grau de midiaticização da política no jornalismo. Quanto maior a visibilidade do ator midiático, mais midiaticizado é seu conteúdo. São características que conversam com uma perspectiva institucional dos estudos em midiaticização. Aproximando estas características, e as seguintes, do tensionamento que tenta-se fazer neste trabalho entre os dois referenciais teóricos, é possível apontar a presença deste fator e tecer novas possibilidades que o contexto argentino potencializa.

O jornalista é um ator social bastante visibilizado em *Periodismo Para Todos*. Na amostragem, em todas as reportagens de maior duração no programa, o jornalista produtor do material era entrevistado por Jorge Lanata ao vivo e em estúdio para repercutir detalhes da apuração. A centralização na visibilidade de Lanata também é verificável. Todas as ações do programa envolvem sua figura: possui um monólogo de abertura, no formato *stand-up*, em que comenta sozinho assuntos políticos e, eventualmente, atores humorísticos interagem com ele; sua voz narra a maior parte das reportagens, apesar delas serem produzidas por outros jornalistas; os jornalistas entrevistados por ele conversam voltados a Lanata, sem interagir com o auditório e o telespectador.

Há várias reportagens em PPT que tratam sobre temáticas regionalizadas, como a conduta de políticos em províncias do interior ou ações em municípios afastados de Buenos Aires. Este material conta com a frequente colaboração de jornalistas locais como fontes para a produção. Esta visibilidade valoriza a credibilidade de jornalistas locais, ao mesmo tempo que os coloca no patamar de outras fontes especialistas na investigação.

Nos termos de Strömbäck e Dimitrova (2011), a visibilidade do jornalista não é explorada em igual medida por 6-7-8, pois não há frequência de stand-ups e jornalistas não são entrevistados pelo âncora. Mesmo os jornalistas e o apresentador que compõem a mesa redonda não possuem visibilidade destacada. Porém, o formato do programa cria uma nova forma de visibilizar o jornalista que se aproxima da leitura dada ao ator político nos formatos telejornalísticos institucionalizados. Ou seja, 6-7-8 trata o ator midiático como um ator político: ressalta suas contradições, cinismos, e a falta de

convicções; e destaca a atuação de quem defende valores consonantes com o programa. Aproxima as atuações jornalísticas de um posicionamento político e desconstrói valores de imparcialidade e neutralidade.

f) De todos os aspectos metodológicos analisados até agora, o enquadramento da política é o que mais fornece informações sobre a atuação dos dois programas. Em linhas gerais, é possível afirmar que os dois enquadramentos estão presentes em larga medida. Considerações sobre o enquadramento como um jogo estratégico são potencializadas pelo ambiente de disputa eleitoral, ainda que um elemento comum, como as pesquisas eleitorais, não sejam pautadas por suas enunciações em nenhum momento verificado. As reportagens de PPT são pródigas em enquadrar a política com questões relevantes, enquanto os comentários de Jorge Lanata se situam com mais frequência próximos ao enquadramento de um jogo estratégico. Em 6-7-8, os dois enquadramentos aparecem de maneira equilibrada nas reportagens e nos comentários, com a mesma ênfase para um jogo estratégico na temática das eleições.

Quando PPT produz reportagem sobre o Banco Nacional de Dados Genéticos, a temática é tratada em profundidade e enquadrada como uma questão relevante. Isto quer dizer, explica o trâmite do projeto de lei, as dificuldades de integração com o banco de dados da Antropologia Forense, o posicionamento de organizações de direitos humanos sobre o caso e várias outras fontes. No entanto, em paralelo a isto, o caso Noble Herrera vem à tona, e PPT se dedica a desvelar as estratégias políticas que o governo federal teria com a integração dos bancos de dados. Neste quesito, torna-se um jogo estratégico.

A temática agenda 6-7-8 dois dias depois. Com a presença do ministro de Ciência e Tecnologia, Lino Barañao, o programa dedica boa parte do seu tempo para que o ministro possa esclarecer os problemas abordados por PPT. Com detalhes, a reportagem de PPT é desconstruída, argumento após argumento, no que pode ser enquadrado como questões relevantes, pela dedicação em explicar consequências do projeto de lei, ou como se daria a integração. Para além disso, 6-7-8 contrapõe o jogo estratégico apontado por PPT ao entender que as constantes declarações em torno do caso Noble Herrera seriam estratégias para que o Grupo Clarín pudesse se encobrir.

No eixo temático que envolve Cristina Kirchner, 6-7-8 costuma atribuir um enquadramento relevante em praticamente todos os casos. Com exceção de quando o assunto são as calças de Cristina, em que nenhum dos dois atribui relevância - apesar de inspirar comentários e quadros de humor em PPT e críticas à abordagem midiática em

6-7-8 -, a presidente possui espaço majoritário e positivo na pauta do programa da TV Pública.

O discurso na ONU e as entrevistas de Cristina, por exemplo, repercutiram apenas na forma de humor em PPT, enquanto 6-7-8 dedica espaço relevante em mais de uma edição e repercute toda a cobertura midiática sobre os assuntos. Nos dois casos, 6-7-8 enquadra trechos da aparição da presidente como questões relevantes. PPT, nas entrevistas, explica e questiona o processo de edição da entrevista, executado pela Presidência, e alude à falta de independência jornalística, abordagens de um jogo estratégico.

Os subtemas que os dois programas exploraram de maneira mais aprofundada no eixo temático da presidente, por dedicarem mais tempo e mais fontes sobre o assunto, diz respeito à sua internação por problemas de saúde e as consequentes questões de governo que se seguiram. PPT produz uma "edição urgente", toda dedicada aos dois acontecimentos, com entrevistas a políticos, médicos, jornalistas e comentaristas políticos. Nela, especula-se sobre a linha de sucessão presidencial, as indefinições sobre quem assumiria a presidência e os efeitos políticos que o acontecimento poderia gerar nas eleições: estes, enquadramentos da política como jogo estratégico.

Ademais, quando PPT aborda a internação de Cristina, sua vida pessoal e seu estado de saúde, trata como uma questão relevante para a política, já que considera de interesse público saber detalhes como estes da presidente da nação. 6-7-8 discorda e faz uma leitura que questiona invasões à vida pessoal. Critica também as analogias entre o golpe físico, que Cristina sofreu na cabeça, e um golpe político, feitos por outros dispositivos midiáticos.

Ao tratar das eleições legislativas, as enunciações se aproximam de um jogo estratégico em todos os casos. Os comentários sobre as propagandas eleitorais meramente comparam peças publicitárias, não as enquadram, mas são peças de um jogo estratégico. PPT dedica-se a mostrar a propaganda de um candidato kirchnerista e seu cenário idêntico ao de outro candidato aliado. 6-7-8 mostra um candidato opositor copiando a narrativa da propaganda de um candidato espanhol.

Sobre os debates, PPT pouco os repercute: critica o argumento do kirchnerista Daniel Filmus em um e comenta a disposição das câmeras e as discussões em outro. 6-7-8, pelo contrário, explora bastante a atuação de seus candidatos preferidos e os assuntos debatidos, contando inclusive com suas presenças na bancada, porém enquadra

como um jogo estratégico por considerar que os kirchneristas se saíram melhores em todas as situações.

Após as eleições, quando repercutem os resultados, o enquadramento como jogo estratégico se manifesta quando PPT considera uma derrota kirchnerista. 6-7-8 considera uma vitória. Ambos argumentam nestes sentidos e geram reações antagônicas para um mesmo resultado prático, que manteve maioria e aumentou quórum próprio da FPV na Câmara, apesar de derrotas para a oposição nas províncias mais desenvolvidas e populosas.

A Lei de Meios Audiovisuais, mais uma vez, proporciona discussões em profundidade e a manifestação de ambos os aspectos de enquadramento no mesmo eixo temático. O editorial de Jorge Lanata após a sentença de constitucionalidade da lei revela enquadramentos com questões relevantes e como jogo estratégico: em princípio, destaca os aspectos que a Suprema Corte sugere ao governo como correções a serem feitas para o pleno exercício da lei, depois, aponta o não cumprimento de artigos da lei quando se leva em consideração outros grupos midiáticos próximos ao governo; termina por enquadrar a temática como um jogo estratégico que o governo pratica contra o Grupo Clarín, já que a verdadeira intenção do governo com a lei seria o fim do grupo.

Após identificarmos como se manifestam os aspectos analíticos da midiáticação destacados por Fausto Neto (2008) e Strömbäck e Dimitrova (2011), é possível identificarmos algumas características sobre o que o material empírico nos fornece como novas práticas midiáticas ou políticas em uma sociedade midiaticizada.

Quando Strömbäck (2011) aponta para aspectos que representam práticas institucionalizadas da midiáticação, não se preocupa com os desvios e as transformações que tais práticas podem proporcionar. Estar aberto a isto significa exercitar os modelos institucionalizados e perceber que as práticas consideradas midiaticizadas podem fazer parte da prática de distintos campos sociais. De maneira semelhante a nossa, seus estudos comparativos versavam sobre as práticas midiaticizadas de telejornais de emissoras públicas e privadas nos Estados Unidos e na Suécia. Identificava-se elementos que se repetiam de maneiras distintas, mas semelhantes, nos programas em análise, como a visibilidade do jornalista ou o enquadramento da política. No entanto, a ausência ou o remanejamento de tais recursos não prejudica o caráter midiaticizado do programa - é possível que até o reforce.

Quer dizer, quando leva-se em consideração a visibilidade do jornalista, 6-7-8 a transforma: desloca o foco da sua lógica midiática, a qual pertence por natureza e em

função da qual se esperaria determinados padrões, para uma lógica política, pois transforma o jornalista em um ator político em definitivo. Este pode ser o efeito de uma lógica midiaticizada.

Quando Braga (2014) questiona o estudo das práticas institucionalizadas, o faz com o objetivo de não fecharmos os olhos para o desvio, a experimentação, os processos tentativos. Por um caminho distinto, 6-7-8 critica a prática jornalística e visibiliza o jornalista para enquadrá-lo dentro de uma lógica política. Para isto, utiliza-se de processos midiáticos.

Isto remete a um ponto que Bourdieu (2011) destaca sobre a expansão das fronteiras do campo político e o papel dos jornalistas nas bordas desta ampliação. Quando há a tentativa de ampliação do campo político, normalmente há também uma condenação como medida populista. No entanto, como atores à margem do campo político mas com capital de reputação suficiente, os jornalistas produzem efeitos neste campo. 6-7-8, posicionado numa interseção entre o campo político e o midiático, identifica os atores midiáticos que geram efeitos no campo político, tanto considerados opositores quanto afinados com o governo, e os insere no espaço já dividido da atuação política.

Em sentido contrário, PPT empodera o jornalista em sua função de ator midiático original. Trata-se de um processo de midiaticização também, no entanto, não deixa de ser um ato com grau institucionalizado, que é possível ser mensurado mediante sua frequência de operações em outras situações.

Outros aspectos analíticos da midiaticização também adotam variadas formas. Fausto Neto (2008) direciona sua analítica para a prática jornalística midiaticizada, que por natureza pertencem ao campo midiático. Quando a prática está inserida em outros campos sociais, como é o caso do político, as referências podem ser encontradas dentro mesmo deste campo. Exemplo disso são os indicadores de topografia, auto-referencialidade e auto-reflexividade.

As referências à topografia não se restringem à prática jornalística, mas também à organização política de partidos e aos posicionamentos que diversos atores individuais e coletivos possuem. Se identificássemos em 6-7-8 referências à topografia política ou midiática, encontraríamos processos de transformação que remetem a processos tentativos típicos da midiaticização.

A auto-referencialidade, observando 6-7-8, pode significar também uma auto-referência a processos midiáticos ou políticos. Não há fator que indique um

posicionamento político velado por parte dos integrantes do programa da TV Pública. Há vários indícios de suas preferências políticas que, por simbólica ou por atribuição de legitimidade, explicita em que lado está cada um deles e suas ideias sobre isso. Se identificarmos o programa como um referencial vinculado ao campo político, ao kirchnerismo e a um projeto político afinado a este, a auto-referência se dá em relação a este nicho, ao próprio programa, como um produto cultural de um "Projeto Nacional e Popular".

Por experiência do autor, que assistiu no auditório a edição de 27 de outubro de 2013, dia da eleição, verifica-se um posicionamento manifesto por parte de apresentador e comentaristas em favor do kirchnerismo: como simbólica formal, Carlos Barragán trazia o bóton de um pinguim na lapela, conhecido na Argentina por representar o kirchnerismo (Néstor Kirchner é natural da província de Santa Cruz, no extremo sul do país, região bastante fria com grande população de pinguins); as músicas cantadas pelos militantes no comício kirchnerista eram entoadas ao mesmo tempo por comentaristas do programa, em *off*; ao fim, a homenagem aos 3 anos da morte de Néstor Kirchner levou aos prantos apresentadores, comentaristas e produtores do programa.

Um dos fatores que a midiática aponta como transformador numa cultura midiática é o fortalecimento de produtos midiáticos como um referente identitário, que acumula força em direção à envergadura que já possuem atores coletivos como sindicatos, associações, agremiações, etc. Porém, esta experiência coletiva se dá por meio de processos midiáticos. 6-7-8 fornece aos telespectadores inúmeras simbólicas de pertencimento a determinados grupos, correntes políticas, os quais seu público pode ou não adotar, a depender de outras mediações.

A auto-reflexividade, em 6-7-8, põe em ato modos de dizer do kirchnerismo. Preenche um espaço de autocríticas e justificativas que levam em consideração uma defesa das ações políticas que pratica. Isto também remete a uma experiência tentativa de novos processos midiáticos localizados em uma ambiência midiaticizada. Tomemos o Brasil como exemplo e façamos uma analogia: quando o Jornal Nacional emite uma reportagem que é interpretada pela base governista como negativa ao governo, as reações se dão imediatamente pelas redes sociais - são nelas que o contraditório aparece. Com 6-7-8, surge um dispositivo midiático em TV aberta onde se consegue exibir o contraditório, num horário nobre. Este processo maximiza a experiência coletiva que nas redes sociais é espalhada e de alcance limitado.

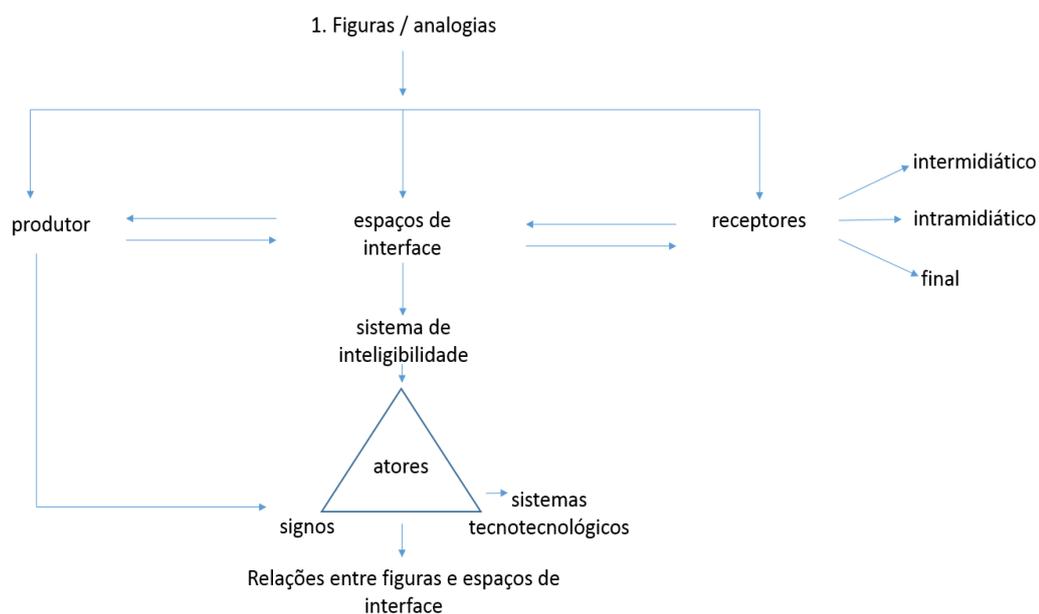
### 7.5.2. Circulação midiático-comunicacional

A circulação nesta perspectiva, que remete às relações entre produção, consumo e recepção, pretende acentuar o que surge nas relações entre as instituições midiáticas. Quando se traça analogias temáticas, identifica-se uma sobreposição da razão instrumental sobre a razão comunicativa, pois a dimensão do sistema prevalece sobre a capacidade dialógica de discursos contraditórios.

6-7-8 e PPT colocam em circulação visões marcadamente antagônicas, muitas vezes polarizadas, em outras apenas diferentes. Estas visões se dão em consonância com posicionamentos de instituições e meios que o campo de observação nos permite dizer e mostrar onde estão localizados. Não se identifica, na amostragem, pontos em que há o contato, a concordância entre um e outro.

Ferreira (2014) propõe um diagrama para análise desta circulação. O item de entrada no esquema seriam as analogias. O enfrentamento de imagens alude a uma razão instrumental. Estas imagens se inserem em paralelo nos espaços de interface, que são os programas televisivos neste caso.

Figura 19 - Esquema para análise da circulação na perspectiva midiático-comunicacional



Fonte: FERREIRA, 2014.

Este espaço de interface é o resultado do que é produzido e é o ponto de contato com os receptores, mas representa também onde está localizado o produtor (e tudo o

que implica a sua localização). Quanto aos receptores, representam um papel relevante na circulação, pois possibilitam repercutir determinadas imagens ou temáticas recolocando-as em circulação no mesmo dispositivo midiático ou em outros, reconfigurando assim a leitura dada à imagem a partir de novos processos midiáticos que, antes do desenvolvimento tecnológico, ficava limitado às práticas individuais ou ao acesso a dispositivos midiáticos já existentes, menos acessíveis. Da mesma forma, o receptor pode encontrar um destino final - ainda que a circulação possa se manter em suas mediações cotidianas.

Identifica-se 6-7-8 e PPT como espaços de interface, onde pode-se perceber os elementos da configuração observável deste trabalho: os campos sociais, as instituições, os meios. Na relação entre estes espaços e atores sociais, sejam eles coletivos ou individuais relacionados a esta interface, são organizados sistemas de inteligibilidade, que nada mais são do que um conjunto de fatores, tanto teóricos quanto praxiológicos, que geram novos efeitos nos atores. A circulação não termina, porque dos atores surgem novas relações entre figuras e outros espaços de interface.

A assimetria entre PPT e 6-7-8 gera limites para a circulação dos dois, mas não se pode fechar os olhos para compreender que outros programas e canais colaboram para este sistema. Ainda assim, o fato de PPT ser exibido no domingo e 6-7-8 possuir quatro edições semanais permite perceber que alguns assuntos tratados por PPT são ressignificados por 6-7-8 edição após edição. Da mesma forma, a repercussão se espalha por um sistema midiático que vai além da TV Pública e do Canal Trece, incluindo aí atores sociais, tanto midiáticos quanto políticos.

São raras as situações em que 6-7-8 pauta *Periodismo Para Todos*. Quando isso acontece, se resume a comentários de Jorge Lanata. O mais recorrente é a repercussão de reportagens e comentários feitos em PPT por parte de 6-7-8. No domingo, então, PPT veicula, por exemplo, a reportagem sobre o Banco Nacional de Dados Genéticos e o caso Noble Herrera. Na terça-feira à noite, 6-7-8 conta com a presença de um ator político envolvido no caso, o ministro Lino Barañao, além de uma série de repercussões sobre o assunto ocorridas em outros dispositivos midiáticos. Esta posição coloca 6-7-8 num segundo nível de circularidade, pois ele é um ator coletivo que, por meio de um sistema de inteligibilidade, teve acesso ao conteúdo de PPT. A partir daí, gera novas relações entre figuras e interfaces.

Apenas como um exercício para imaginar a circulação, este autor propõe um exemplo. Numa situação análoga em que os programas fossem pessoas, PPT conversa

diretamente com seu público, ignorando 6-7-8. Este, por sua vez, está atrás de PPT, e tenta conversar com o mesmo público fazendo referências e questionando a legitimidade de PPT. O público se divide, boa parte ouve apenas PPT e ignora 6-7-8, outra parte ouve apenas 6-7-8 e ignora PPT ainda que também o ouça, pois ouvi-lo faz parte de seu próprio trabalho.

Isto acontece porque, em grande medida, 6-7-8 é dependente da agenda midiática. Ou seja, se há um contraditório que possa desconstruir a abordagem feita por um ator midiático considerado opositor, na ótica da ambiência argentina, este contraditório será matéria de abordagem de 6-7-8. Por isso, é possível considerá-lo um ator coletivo com base no diagrama acima.

No entanto, pode resultar deste esquema uma nova relação entre figuras e espaços de interface gerada por atores individuais. Não é o objetivo deste trabalho aprofundar esta questão, mas algumas hipóteses podem ser lançadas.

A relação entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner, que de fato teve o seu rumo alterado entre 2007 e 2008, gerou uma série de enunciações prejudiciais à imagem do governo. Neste contexto, 6-7-8 pode ser o resultado de uma demanda alta de necessidade de defesa, ou de contrapor-se, ao que era construído por grupos midiáticos contrários à aplicação da Lei de Meios. Esta demanda sempre teve espaço pelas redes sociais, no entanto, com um sistema de meios próprios fortalecido, a TV Pública surgia como oportunidade para a criação de um programa dedicado a isso.

O que surge dessa relação são, principalmente, dúvidas. A contraposição é eficiente e desmonta teses com facilidade em um sentido próximo ao retórico, mas também embasado em contraprovas, contradições, discursos de defesa, etc. Cria-se, então, o efeito de duas verdades, cada uma delas seguindo uma razão instrumental à parte, fundada numa linha imaginária de pertencimento que, pode-se ver no diagrama do campo de observação, defende o poder de cada campo. Isto gera novas demandas, que exercitaremos adiante na análise da circulação na perspectiva midiático-social.

## **7.6. Macroescala: uma perspectiva analítica midiático-social**

Depreende-se de uma análise midiático-social a percepção das transformações que a midiatização proporciona numa esfera mais abrangente, que entende o espaço de interseção entre dois grandes campos sociais e que produz mudanças na dinâmica de relação entre os dois pela intensificação do uso social de tecnologias midiáticas. Ou

seja, buscamos identificar e caracterizar um processo histórico de mudanças sociais propiciadas pela existência, pelo uso e pela constante reapropriação de dispositivos midiáticos comunicacionais. O objetivo é que este capítulo contemple a compreensão das transformações sociais que podem ser apontadas no contexto argentino.

O trabalho de Pierre Bourdieu e suas definições sobre campos sociais são uma base sólida para o entendimento das dinâmicas de funcionamento dos campos político e midiático, se isolados. Quando se insere outras variantes neste trabalho, é possível questionar a validade e a atualidade destes conceitos para entender uma situação particular de transformação política e midiática na Argentina.

Como se aponta no subcapítulo 4.3, a delimitação de campos sociais não é suficiente para se demarcar o ambiente de uma sociedade midiaticizada. Braga (2014) assinala isso, quando afirma que antes as negociações aconteciam nas bordas dos campos, em "negociações de fronteira". Agora, os campos são atravessados por circuitos que adotam a forma midiaticizada como referência. Num circuito que leva em consideração homologias fundadas no campo político e midiático, 6-7-8 e PPT são, respectivamente, referências midiaticizadas de ambos os campos neste contexto que se trabalha.

Estas transformações podem ser percebidas diacronicamente, em conjunto com o levantamento realizado nas unidades 2 e 3 deste trabalho. Hepp (2014) afirma que a operacionalização diacrônica da midiaticização corresponde a uma comparação no tempo. Percebe-se, ao resgatar uma ambiência anterior à atual, que tem como ponto de virada a discussão e a aprovação da Lei de Meios, que esta transformação está em pleno vigor. Apesar da sentença de constitucionalidade dada em outubro de 2013, outras liminares judiciais seguem em andamento e fazem com que a ambiência permaneça. Não é possível, então, afirmarmos que esta é uma realidade perene e que tenda a uma institucionalização.

Hepp (2014) também diz que a operacionalização diacrônica poderia ser aplicada com o objetivo de projetar um painel de longo prazo quanto a uma evolução futura, o que, pelo menos no caso deste trabalho, seria complexo. Deve-se levar em conta diversas variáveis, como a conjuntura política, a saúde financeira do país, das empresas, o investimento nos meios públicos ou comunitários, etc.

É possível apontar algumas limitações da perspectiva institucional para as pesquisas de midiaticização nesta relação, dizer que diversos fatores considerados úteis

para as pesquisas em midiatização na perspectiva institucional não podem ser aplicados sem levar em consideração a capacidade de transformação da ambiência.

Se identificamos a razão instrumental como denominador comum das atuações dos programas 6-7-8 e PPT, ela não se insere tendo como origem o dispositivo midiático, mas sim o campo político e midiático e suas lógicas de atuação próprias em torno da manutenção de seus poderes de dominação e controle, de acordo com a hierarquia configurada no diagrama da Figura 1 (p. 17).

Existe um processo histórico perceptível no caminho das ciências da comunicação e nas relações práticas entre os campos político e midiático. Antes de avançar sobre este quesito de análise, convém questionar se a ciência se adapta para explicar a realidade ou se as transformações sócio-tecnológicas demandam novos referenciais a cada instante por sua velocidade de ruptura de escala e tempo.

Percorremos, até aqui, uma trajetória de complexificação da mídia, de uma ambiência de cultura massiva até uma sociedade midiatizada, ao mesmo tempo em constante transformação mas com indícios de institucionalização em algumas práticas. Este período corresponde ao surgimento da televisão no país, sua popularização, o investimento privado, a re-estatização dos militares, a concessão aos grupos midiáticos, a ampliação das TVs a cabo, o desenvolvimento, a popularização e a mobilidade da internet e a capacidade de transformação que esta exerce sobre as práticas da televisão aberta.

Paralelamente, percorremos uma trajetória histórica e política na Argentina que parte do peronismo original, centralizado nas figuras populistas de Perón e Evita com intenso uso de uma plataforma de propaganda e militância, cruza por regimes democráticos instáveis repletos de golpes militares, retoma a democracia de forma perene, supera a liberalização dos anos 90 e chega ao século 21 em crise, possibilitando o retorno de lideranças populistas à esquerda do espectro político. Nos 30 anos de democracia desde o último regime militar, a Argentina conseguiu desenvolver modelos democráticos mais sólidos, mas ainda cheios de problemas, como podemos perceber neste trabalho. Isto se reflete na prática jornalística.

6-7-8 e PPT herdam lógicas midiáticas de um longo processo de habituação de práticas do campo midiático. Como aponta Braga (2014), há o reconhecimento evidente de lógicas de mídia em ambos os programas, mas a reflexão precisa apontar sobre as lógicas de transição. Neste sentido, se tomarmos algumas práticas como exemplo, podemos tecer alguns tensionamentos por uma lógica midiatizada.

A lógica midiática pressupõe práticas suficientemente institucionalizadas. É o caso das negociações de fronteira e do entendimento do campo midiático como detentor de uma legitimidade vicária com condições de visibilizar a legitimidade dos demais campos. Compreende a sujeição do campo a uma lógica econômica que vise lucro e audiência, mas a credibilidade é dada a partir de sua independência do campo político.

Quando o integrante do campo político entende que o campo midiático não é legitimador de suas ideias, subverte-se a ordem institucionalizada das coisas. As lógicas midiáticas não se tornam mais aceitas em seu todo e sua função de suporte é alterada. Numa via de mão dupla, o campo político não legitima o discurso do campo midiático e se acelera o regime de funcionamento de ambos os campos, na tentativa de organizar seus domínios de experiência.

Nesta alteração de regime de funcionamento, surgem oportunidades. Ambos os campos se reorganizam para agir um com o outro e, ao perder seu caráter central de mediador de conflitos, o campo midiático age em torno de suas lógicas para defender seus próprios interesses. O governo Kirchner vê, nesta janela de oportunidade, a chance de reorganizar politicamente as relações entre seu conjunto de valores e os atores pertencentes ao campo midiático.

Assim, Cristina Kirchner insere na agenda formal de governo a necessidade de uma nova Lei de Meios Audiovisuais, em meio ao conflito agrário, e a TV Pública leva ao ar o programa *6-7-8* e sua crítica midiática, mostrando todas as contradições e os supostos interesses dos dispositivos midiáticos quando tomam um determinado posicionamento.

Outro efeito da intensificação de conflitos no espaço de interseção entre os dois campos sociais é a busca por ampliar a participação do outro no próprio campo. Compreende-se: quando o governo Kirchner age enfrentando o Grupo Clarín, há uma atribuição ao outro de uma atuação sob lógicas políticas. Para o governo, acontece algo característico de uma razão instrumental: o discurso do Grupo Clarín busca defender seu domínio, seu poder, e considera o governo um opositor político.

Este posicionamento sobretudo político que o governo atribui ao Grupo Clarín é manifestado nas edições de *6-7-8* por lógicas midiáticas em transformação. Inicialmente, como hipótese, afirmava-se que *6-7-8* era um produto midiático que representava a própria atuação política sob lógicas midiáticas. Fruto do desenvolvimento deste trabalho, é possível dizer que *6-7-8* gera novas lógicas mediatizadas, pois seus efeitos reverberam sobre o campo midiático e transformam as

atuações do que há em interseção na ambiência midiaticizada. Para além disso, cria novos formatos jornalísticos e reverte o foco de atenção: da política para a mídia, como ator político.

Valorizemos, aqui, a oportunidade de perceber que estes produtos midiáticos analisados alcançam audiências o suficiente para gerar efeitos sociais. Estes efeitos são, muitas vezes, abstratos, pois dependem de uma conjuntura política, de uma situação econômica, aspectos de difícil medição, que não são objetivos deste trabalho. Porém, são produtos midiáticos que caminham associados às discussões geradas pela Lei de Meios Audiovisuais a partir de 2008.

#### 7.6.1. Aspectos teóricos da midiaticização

Os meios de comunicação contribuem para desvincular as relações sociais de contextos existentes e também para reinseri-las em novos contextos sociais. Hjarvard (2012) mostra que a midiaticização tem condições de se expandir em todas as direções. Quando propõe um diagrama que contrapõe forças centrífugas e centrípetas, em função da tendência de homogeneização ou de diferenciação, cada quadrante identifica uma tendência social que pode ser facilitada pelo desenvolvimento midiático.

Considerando-se os casos de 6-7-8 e PPT, percebe-se que estão localizados em um quadrante que valoriza a nacionalização, numa força centrípeta e homogeneizante que possibilita a experiência midiática coletiva. Como afirma Wolton (1996), o laço social é uma das principais virtudes da televisão geralista. O espectador, ao assistir à televisão, "agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível" (WOLTON, 1996, p. 124).

De 1990 para cá, data do original de Wolton (1996), as formas de ver e usar a televisão mudaram, mas este caráter de laço social se mantém: pode ser confirmado e fortalecido pelo uso das redes sociais. A experiência da "segunda tela", quando o telespectador assiste a um programa de TV conectado à internet e gerando novas enunciações, possibilita a identificação da audiência e estratégias de reunião de participantes da experiência coletiva. É em razão desta estratégia que os programas 6-7-8 e PPT se utilizam de *hashtags* para organizar o conteúdo que repercute da experiência de consumo difuso. O laço social da experiência anônima e coletiva de assistir um programa de televisão torna-se identificável em uma sociedade midiaticizada.

Resgatando o que Strömbäck (2005) aponta, uma variante necessária para compreendermos as práticas jornalísticas em vigência são os modelos democráticos. Como se explica no subcapítulo 5.4, cada modelo possui características aplicáveis ao caso argentino. Numa mescla entre a democracia competitiva e participativa, 6-7-8 e PPT são exemplos pertinentes dos modelos jornalísticos correspondentes.

É possível perceber, também, que os processos históricos de retomada da democracia na Argentina são consonantes com os estudos de Strömbäck (2005), seja por coincidência ou por caracterização do modelo: logo após o fim do último regime militar, em 1983, a democracia retomava a efervescência política, e o jornalismo agia sob a proteção de preceitos democráticos básicos mediante mecanismos de mercado baseados numa demanda. Foi assim na década de 1980, o que culminou, com a eleição de Carlos Menem, na reabertura das concessões públicas de rádio e televisão para exploração do mercado.

Passada a crise econômica de 2001, que resultou na renúncia do presidente Fernando De La Rúa, Néstor Kirchner estabilizou a situação econômica do país e retomou o rumo de crescimento argentino. Com isto, a democracia se fortaleceu e suas instituições reconquistaram a confiança perdida nos anos anteriores, a participação dos cidadãos na vida pública cresceu em igual medida num governo com tendências à esquerda do espectro político. Foi na gestão de Kirchner que houve o fortalecimento do sistema de meios públicos. Porém, a radicalização e a intensificação das práticas políticas, causadas pela ou consequências da discussão sobre a Lei de Meios Audiovisuais, maximizaram o caráter de uma democracia competitiva, com aspectos iniciais de um modelo participativo.

Há particularidades no caso argentino que devem ser levadas em consideração. A participação de movimentos sociais, organizações civis, grupos sindicalizados e militantes partidários é bastante forte na política, por isso, eles detêm considerável capital político. Organizados, conseguiram fundar as bases da Lei de Meios Audiovisuais e, assim, conquistaram também capital midiático, pois obtiveram condições de acesso a concessões públicas.

É curioso perceber que as práticas de 6-7-8 e PPT correspondem às de uma democracia participativa, porém, a agenda do público à qual está sujeita a prática jornalística não parte da audiência ou de movimentos sociais ou grupos externos ao campo político, mas está atrelada às relações de poder que compõem o poder midiático e o poder político: as demandas de 6-7-8 surgem como necessidade de contrapor e

defender interpretações a favor da imagem do governo. PPT, no entanto, tem sua demanda nas temáticas investigativas, em sua grande maioria destinadas a denunciar ações de políticos kirchneristas e seus aliados, além de ter comentários de Lanata que se aproximam de uma defesa do poder midiático, em consonância com os interesses econômicos e políticos do Grupo Clarín.

Um último aspecto desta análise é baseado no conceito que Hepp (2014) desenvolve para entender a midiatização da política. Para ele, as práticas midiáticas, quando absorvidas por instituições ou campos sociais distintos, funcionam como um "metacapital". Ou seja, apropriando-se do conceito de capital simbólico desenvolvido por Pierre Bourdieu, Hepp (2014) aplica-o à midiatização, considerando-a um capital localizado dentro de outro capital.

Num campo social, ao considerarmos que existem posições de dominantes e dominados, os capitais estão distribuídos desigualmente. Possuir domínio sobre as lógicas midiáticas dentro de um determinado campo significa alcançar um capital de "desempate", com o qual se possui mais condições de sobrevaler seu poder de "fazer ver" e "fazer crer".

O governo Kirchner age desta forma junto ao campo político, pois o fortalecimento dos meios públicos, a despeito de valorizar também diversos sistemas midiáticos desenvolvidos e produzidos sob moldes de jornalismo público, como o canal infantil Paka Paka, ou o canal educativo Encuentro, produz também um efeito de domínio sobre a ação política midiaticizada. 6-7-8 é um produto midiático que permite uma ação partidarizada, na defesa de um viés instrumental que disputa espaço com diversos outros espectros ideológicos no campo político.

#### 7.6.2. Circulação midiático-social

Os estudos sobre a midiatização da sociedade sugerem que a circulação é o principal ponto onde estes processos podem ser identificados e estudados. Para isto, é importante reconhecer que algumas fontes consideram relevantes as definições de campos sociais para a evolução teórica da ciência sobre estes processos. Fausto Neto (2010) e Braga (2012) reconhecem, por exemplo, a importância de Adriano Rodrigues em delimitar o campo midiático. Porém, sua noção identifica o campo numa ótica representacional, que torna público o que os demais campos sociais legitimam.

Porém, a circulação midiática não começa nem termina no campo midiático e é constantemente ressignificada pelos demais campos. Com o desenvolvimento tecnológico e a intensificação do uso de dispositivos midiáticos, estes processos de circulação tornam-se identificáveis. Como cada ator social possui suas formas próprias de produzir seus próprios conteúdos, este circuito encontra vários pontos de saliência por vias midiáticas.

Ferreira (2005) propõe um diagrama da circulação numa perspectiva midiático-social que explora a relação entre dispositivos midiáticos.

Tabela 18 - Esquema para análise da circulação inter-dispositivos. Fonte: Ferreira (2005; 2014)

	Pr		Rec														
↓		↓↓		↓													
Op	←	Di	→	Rep													
					Pr		Rec										
		Cir		↓		↓↓		↓									
				Op	←	Di	→	Rep									
									Pr		Rec						
						Cir		↓		↓↓		↓					
								Op	←	Di	→	Rep					
													Pr		Rec		
										Cir		↓		↓↓		↓	
												Op	←	Di	→	Rep	
															Cir		
Notícias				Sítios de instituições/campos				Sítios de ações individuais				Sítios de ações coletivas emergentes					
Dispositivos midiáticos				Dispositivos midiáticos				Dispositivos midiáticos				Dispositivos midiáticos					
Instituições midiáticas				Instituições não midiáticas				Consumo difuso				Coletivos não institucionalizados					
Textos que viram notícia. Reconhecimento em instituições específicas do campo das mídias				Passagem dos textos que viram notícia por sítios de outras instituições (governos, empresas, etc). Reconhecimento em outros campos. Leituras institucionais.				Passagem dos textos que viram notícia por sítios <i>hors</i> de campos. Exemplo: Facebook. Espaço de atores individuais. "O face é a instituição". Leituras individuais.				A construção de novos sistemas de inteligibilidade.					

O esquema nos informa que há uma gramática de produção representada por: Operações (Op) de Produção (Pr) de Discursos (Di); e uma gramática de reconhecimento, representada por: Representação (Rep) de Reconhecimento (Rec) de Discursos (Di). O processo de circulação (Cir) abrange os dois movimentos anteriores (FERREIRA, 2005, p. 72). O diagrama intersecciona com os campos sociais estudados

quando se percebe a origem dos dispositivos midiáticos em destaque. As diversas representações são resultado de uma constante circulação, que não permite identificar sempre um ponto inicial ou final mas que, neste caso, toma-se como precursor os dispositivos pertencentes ao campo midiático.

Quando analisamos a circulação midiática levando em consideração os dois programas televisivos, percebemos PPT posicionado em um primeiro nível de circulação e 6-7-8 em um segundo. Isto porque identificamos neste trabalho que o primeiro nível inclui a produção de discursos de atores midiáticos, pertencentes ao campo midiático por origem.

Não é possível afirmar que seja um ponto de origem, porém, na configuração comunicativa que observamos, os acontecimentos são primeiro repercutidos por esta instância. Nela não está apenas PPT, pois entende-se que, na circulação midiático-social, incluem-se aqueles dispositivos onde os acontecimentos são, pela primeira vez, midiaticizados. Ou seja, parte-se de um acontecimento, uma experiência, uma informação, e produz-se um discurso, no formato de reportagem, notícia, documentário, etc.

Colocadas em circulação, estas enunciações são reconhecidas por atores midiáticos do próprio campo ou por dispositivos que fazem parte de outros campos sociais. Cada reconhecimento pode conceber uma nova representação, o que gera a circulação. É possível aferir, em especial nas temáticas análogas, que o que é pautado pelos dispositivos do campo midiático é reconhecido por 6-7-8 e representado a partir de seu próprio discurso.

O diagrama possui algumas carências para a análise. Por exemplo: é possível que o consumo difuso do terceiro nível esteja direcionado tanto ao primeiro quanto ao segundo, pois as leituras individuais são possíveis a qualquer conteúdo midiaticizado. É nesta instância que os efeitos dos programas podem ser estudados em suas características mais particulares, pois é um ponto da circulação onde é possível reunir uma série de reconhecimentos individuais. Com a intensificação, a abrangência e a diversificação de uso e de públicos das redes sociais, a análise neste ponto se aproxima das mediações cotidianas.

No entanto, ao levarmos em conta a ambiência argentina, a razão instrumental praticada pelas abordagens de 6-7-8 e PPT gera polarizações que também se manifestam no consumo difuso. Esta situação suscita dúvidas no ator individual, que pode endossar um dos lados ou manter em constante suspeição o que cada polo aborda. Isto favorece

uma crise de credibilidade em ambos os lados, pois se mesmo em uma temática análoga não há pontos consonantes, e se em ambos os lados a auto-reflexividade não é suficiente para apontar erros ou inconsistências, uma nova demanda surge para tentar recompor o equilíbrio. Este é um espaço que pode ser suprido por iniciativas que partem de coletivos não institucionalizados, descentralizados, que com novas iniciativas ou mesmo apropriando-se de lógicas de mídia geram novos formatos midiáticos e/ou jornalísticos.

Exemplo desta prática é o site [Chequeado.com](http://Chequeado.com), projeto da Fundación La Voz Pública, criado em 2010. Trata-se de "um meio digital não partidário e sem fins de lucro que se dedica à verificação do discurso público e à promoção do acesso à informação e à abertura de dados" (CHEQUEADO, 2015). Entre suas funções, se dedica a checar as informações ao vivo e de maneira colaborativa, por exemplo, de discursos presidenciais ou atos públicos, além de diversas notícias do cotidiano político da Argentina. Coletivos deste tipo ajudam a resistir à prática da razão instrumental por parte dos discursos políticos polarizados.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de dissertação se dedicou, desde a concepção até o resultado final, a entender como se dá o processo de transformação da ambiência midiática argentina a partir do conflito entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín no contexto de uma sociedade midiaticizada. Toma-se como aspecto chave para esta transformação a discussão e a aplicação da Lei de Meios Audiovisuais, desde 2008, e localiza-se o material empírico nas Eleições Legislativas de 2013.

Inicialmente, identificamos como problema de pesquisa entender como atuaram os programas 6-7-8 e PPT ao abordar conteúdos referentes ao campo político e midiático durante a campanha eleitoral. Em busca destes elementos, objetivamos compreender o que poderia ser definido como área de abrangência de um campo social. Encontramos o que poderia representá-lo em Bourdieu (1989; 1997; 2011).

Compreende-se que, para chegarmos aos resultados finais, seria necessário demarcar, categorizar que ações pertenciam ao campo político e ao campo midiático. O caminho teórico para isso encontra nos estudos de Pierre Bourdieu diversas limitações, pois suas generalizações campo a campo dão conta de universos restritos e isolados, que desconsideram ou menosprezam os efeitos causados por atores externos.

Além disso, o autor sujeita a prática midiática e jornalística à ótica econômica, atrelada estritamente ao mercado, mesmo que em seus escritos (ou falados) de "Sobre a Televisão" o sociólogo não se dedique a investigar as práticas midiáticas e jornalísticas sob um viés comunicacional. Este viés é chave para a ciência da comunicação, assim como questões econômicas, de audiência, de produção, recepção, consumo e circulação sejam variantes igualmente importantes.

A carência de novos referenciais que possam explicar a dinâmica dos campos político e midiático de uma maneira um pouco mais completa nos remete aos estudos de Rodrigues (1999) e sua dedicação a caracterizar o campo dos *media*, ou campo midiático como convencionamos chamar aqui. Os trabalhos do autor são um passo anterior à percepção de integrarmos um momento histórico em que os processos de midiaticização perpassam, com mais intensidade, uma vastidão de situações cotidianas da vida privada e pública. Isto porque Rodrigues (1999) define o campo midiático como representacional do que é publicizável pelos demais campos.

Leva-se a crer que o campo midiático ocuparia um espaço central na gestão de conflitos entre outros campos sociais, sendo assim um mero suporte. No decorrer do

trabalho, e mesmo no decorrer do desenvolvimento das ciências de comunicação, percebe-se que não é esta a regra de funcionamento do campo midiático.

Localiza-se, então, o campo midiático como um campo social dotado de todas as características gerais apontadas por Bourdieu (1989; 1997; 2011) e por Rodrigues (1999) e se potencializa suas funções de atores sociais por causa de sua natureza de tornar público o resultado compatível na relação entre as legitimidades de vários campos. Iguale-se, assim, em hierarquia social o campo midiático aos demais campos que formam a sociedade como um todo.

Os processos de midiaticização como os entendemos neste trabalho começam a se manifestar de maneira mais intensa neste momento, quando percebemos uma interseção do campo midiático com os demais campos sociais. O desenvolvimento tecnológico de dispositivos midiáticos e, principalmente, o uso que se faz deles complexifica as relações sociais, ao contrário de uma ideia já superada de que a mídia seria capaz de homogeneizar o público.

Os valores históricos apontados até hoje como norteadores da prática jornalística, imparcialidade, objetividade e neutralidade, são postos em xeque em uma sociedade midiaticizada. O entendimento de que os meios deixam de ser considerados suportes e passam a ser atores sociais transforma a relação que a recepção possui com o campo midiático, e isto é fundamentado também a partir dos efeitos gerados pela recepção sobre as práticas do campo.

Na Argentina, o agir midiático se torna perceptível quando analisamos 6-7-8 e PPT. Porém, é em conjunto com outras variáveis que a configuração midiática e sua relação com o campo político se transforma. Dentre elas, a que destacamos é a ambiência política que decorre da discussão e da aplicação da Lei de Meios Audiovisuais no país.

Nesta conjuntura, ao defender a lei, o governo Kirchner provoca um efeito sobre o campo político - pois suscita debates que encontram oposições entre as diversas forças políticas e mobilizam grupos que estão à margem do campo político mas que buscam, por meio da lei, capital político - e também sobre o campo midiático - que se divide entre os que se consideram ameaçados ou fortalecidos pela lei, mas também sofre transformações pela necessidade de se reorganizar em torno de seus valores e experiências.

Ao percebermos todo este ambiente de desconforto de um regime de funcionamento normal dos campos, notou-se a capacidade que programas televisivos

como *6-7-8* e *Periodismo Para Todos* capitalizaram para traduzir por meio de produtos midiáticos as estratégias de um conflito entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín. Num momento em que o caráter de suporte do campo midiático não mais se sustentava, justamente pela desarmonia com o campo político, os dois programas surgem como indícios da atuação política em um ambiente midiático.

*6-7-8* e PPT então, ao se valerem do espaço em concessões de TV aberta como a TV Pública e o Canal Trece, respectivamente, tornam-se atores de um mesmo conflito localizados em dispositivos midiáticos subordinados a instituições (governo federal e Grupo Clarín) que pertencem a distintos campos (político e midiático) e possuem interesses distintos.

Considerando seus alcances estritamente midiáticos, os dois programas ocupam um espaço de relativa igualdade de acesso, pois tanto a TV Pública quanto o Canal Trece possuem retransmissoras que abrangem a totalidade das províncias argentinas em sinal aberto. Permite-nos caracterizá-los como canais de televisão generalistas, que competem por audiências ao mesmo tempo semelhantes e diversas, potencializando, assim, o caráter de formação de um laço social coletivo e anônimo na Argentina. Não mais invisível, como diz Wolton (1996), já que são possíveis o contato e a experiência coletiva durante o programa com a participação via Twitter aderindo à *hashtag* sugerida na tela do programa.

Com esta experiência coletiva, que pode ser objeto de investigações futuras sobre a circulação midiática e os processos de midiatização, percebe-se que há uma variedade de efeitos que os programas suscitam na recepção.

A partir do ponto em que percebe-se uma desacomodação nas relações entre os campos sociais até a identificação de que os processos de midiatização ocorrem em suas interseções e que os programas televisivos eram indícios de transformação, o trabalho se ocupa em encontrar caminhos metodológicos possíveis para a análise do material empírico.

A dificuldade de se encontrar ferramentas metodológicas que pudessem dar conta do estudo que objetivamos desde o princípio nos moveu por uma série de tentativas que pudessem alcançar a compreensão satisfatória do problema que observamos. A metodologia para análise crítica de narrativas audiovisuais, proposta por Becker (2012), se mostrou insuficiente para abarcar todos os objetivos do trabalho. Porém, revelou-se útil para traçarmos uma espécie de "identidade televisual" dos dois programas. Wolton (1996), inclusive, já aponta sobre a dificuldade de adotarmos a

televisão como objeto a ser analisado, devido à sua natureza complexa, inapreensível e de banalidade enganadora. Se tal identidade não é suficiente para um tensionamento teórico, permite que caracterizemos PPT e 6-7-8 de acordo com seus formatos, suas lógicas midiáticas e suas explorações dos recursos tecnológicos da televisão.

Quando o trabalho passou pelo crivo da qualificação, dentre os apontamentos destacados estava a crítica ao excesso de análise de conteúdo. Muitos dos pontos metodológicos inicialmente propostos versavam sobre uma análise enunciação por enunciação, sendo reportagens, entrevistas e comentários. O método tornava o *corpus* de pesquisa demasiadamente abrangente e, ao mesmo tempo, enfraquecia suas características universalizáveis na configuração observável.

A dificuldade metodológica é uma característica que encontra espaço de debate nos estudos sobre midiatização da sociedade. Sobretudo, o campo está aberto a experimentações e processos tentativos. Por isto, houve o entendimento de acolher a sugestão metodológica de Ferreira (2002; 2005; 2014) para produzirmos inferências a partir de analogias e homologias e, então, compararmos os dois programas em torno de suas semelhanças e origens em comum. Neste exercício, identifica-se uma atuação dos programas baseada na razão instrumental, sobre a qual discorreremos pelo viés da circulação.

Para operacionalizarmos o *corpus* de pesquisa de maneira mais fluida, agrupamos as enunciações localizáveis no espaço destacado da configuração comunicativa do diagrama 1 em quatro eixos temáticos, que se subdividiam em outros subtemas. Em cada subtema, identificamos aspectos analíticos da midiatização, com base nos estudos de Fausto Neto (2008) e Strömbäck e Dimitrova (2011), que abastecem a análise sob perspectiva midiático-comunicacional, em microescala.

Identificamos, então, práticas midiatizadas e possíveis processos tentativos, num equilíbrio entre a apropriação de lógicas midiáticas, nos termos que a perspectiva institucional da midiatização aponta como estratégia das instituições externas ao campo midiático, e lógicas midiatizadas, como aponta Braga (2014) ao ressaltar o amalgamento de lógicas na interseção dos campos sociais e a importância de visibilizar e estudar as experimentações que surgem na ambiência comunicacional midiatizada.

Por fim, recupera-se aspectos macrossociais da midiatização, expostos no tensionamento dos referenciais teóricos a partir das perspectivas semio-antropológica e institucional, para uma analítica midiático-social, em macroescala. Nesta etapa, destaca-se transformações geradas em instâncias superiores às de produção, consumo e

recepção; trata-se de compreender como os processos midiáticos reverberam sobre as instituições e os atores pertencentes aos campos midiático e político.

A circulação midiática ocupa relevante espaço de análise e de desenvolvimento futuro de novos trabalhos. Dentro do possível conforme sugestões geradas a partir da avaliação de qualificação deste trabalho, apontamos a circulação como o material empírico de potencial interesse das investigações científicas da midiática.

É no nível de circulação midiática que são perceptíveis os processos de mudança e de transformação aliados ao desenvolvimento tecnológico, ao uso social dos meios e à apropriação de lógicas midiáticas por atores externos ao campo midiático. Perceptíveis porque, levando-se em consideração estes três fatores, os ciclos, antes incompletos, começam a ser preenchidos: a experiência coletiva da televisão aberta deixa de formar um laço social invisível e se torna visível com a experiência coletiva via internet.

Outros aspectos da circulação são bastante particulares e possuem variantes baseadas nas relações políticas modificadas pela Lei de Meios Audiovisuais. Com base numa razão instrumental, tanto 6-7-8 quanto PPT acabam por reunir estratégias de defesa do poder e dos interesses aos quais pertencem por origem, o que é perceptível nas temáticas análogas.

6-7-8 produz enunciações estratégicas de defesa ao governo Kirchner em formato de crítica midiática. Por analogia, exercita em relação aos atores midiáticos uma prática bastante recorrente na crítica política perpetrada pelo campo midiático: a atribuição de uma ação contraditória, cínica, suspeita, que põe em xeque a credibilidade do ator midiático, seja coletivo ou individual.

PPT produz enunciações estratégicas de crítica ao governo Kirchner e seus aliados, em recorrência bastante superior às críticas a opositores. Na ambiência de conflito entre Grupo Clarín e governo federal, em plena campanha eleitoral legislativa, o programa reúne uma série de características que resultam por sustentar os interesses do grupo empresarial ao qual pertence.

Ao perceberem a polarização do debate, outros atores sociais emergem novas representações dos discursos produzidos pelos dois programas, ou pelos dois polos, e as coloca em circulação. Primeiro, alcançam um consumo difuso, de representações individuais, que levam a discussões em redes sociais na internet, por exemplo. Após, surgem coletivos emergentes que se aproveitam de uma demanda por novas representações que supram a lacuna de credibilidade gerada pelo conflito.

De todo o estudo, diversas considerações podem surgir, mas com certeza geram mais questionamentos do que conclusões, o que, para o autor, ficou evidente no processo de produção da pesquisa e não confere um ponto negativo ao resultado do trabalho. Uma das principais considerações é perceber que uma ambiência midiaticizada nas relações entre os campos político e midiático complexifica a discussão de temáticas da agenda pública e altera marcas da institucionalização midiática, bem como possibilita novas formas de atuação política a grupos que antes estavam à margem do acesso ao campo midiático. No entanto, esta oportunidade de acesso também pode ser aproveitada para incrementar o próprio capital político, é o que aponta a experiência de 6-7-8 em relação ao governo Kirchner.

Para finalizar, entende-se que, em determinados aspectos, este trabalho é entregue em processo de defasagem natural, já que a realidade de transformações midiaticizadas do campo político e midiático na Argentina segue em pleno vigor, e a ambiência retratada aqui ainda não corresponde a um processo finalizado. Se um dia chegou-se a imaginar que a sentença de constitucionalidade da Lei de Meios, proferida no fim de outubro de 2013, pudesse dar um fim à etapa desarmônica de relações políticas e midiáticas, a possibilidade se esvaiu no decorrer de 2014, quando uma nova batalha de liminares judiciais reiniciou em virtude de questionamentos sobre a divisão das empresas do Grupo Clarín.

O ano de 2015 é vital para a continuação ou não do conflito governo federal versus Grupo Clarín, pois a sucessão de Cristina Kirchner elegerá, invariavelmente, um novo Presidente da Nação, que pode dialogar com os grupos midiáticos de maneira mais próxima e neutralizar a razão instrumental polarizada da prática midiática que se percebe hoje, não apenas nos dois programas de análise, mas em diversos outros que estão em vigor na cena midiática argentina.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, F. M. D. B.; ALVES, E. M.; CRUZ, M. P. Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e de habitus na obra de Pierre Bourdieu. **Perspectivas da Ciência e Tecnologia**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 31-40, Janeiro-Junho 2009.

ARGENTINA. **Ley n. 26.522 de 10 de octubre de 2009**. Buenos Aires: [s.n.], 2009.

BARBOSA, R. M. McLuhan e as extensões. In: SOUSA, J.; CURVELLO, J.; RUSSI, P. **100 anos de McLuhan**. Brasília: Casa das Musas, 2012. p. 56-68.

BECKER, B. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes**, São Paulo, v. Ano 5, n. 2, p. 231-250, Janeiro/Junho 2012.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, P. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 5, p. 193-216, Janeiro-Julho 2011.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. **Mediação & Mdiatização**. Salvador/Brasília: EDUFBA, 2012.

BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da mdiatização? In: FAUSTO NETO, A.; RAIMONDO ANSELMINO, N.; GINDIN, I. L. **Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. Rosario: UNR Editora, 2014. p. 15-32.

BUSSO, N.; JAIMES, D. **La cocina de la Ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina**. Buenos Aires: FARCO, 2011.

CALIFANO, B. Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. In: \_\_\_\_\_ **Mucho ruido, pocas leyes**. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 341-374.

CAPELLE, M. C. A.; MELO, M. C. D. O. L.; BRITO, M. J. Relações de poder segundo Bourdieu e Foucault: uma proposta de articulação teórica para a análise das organizações. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 7, n. 3, p. 356-369, 2005.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. 2ª Edição. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CHEQUEADO. Acerca de Chequeado. **Chequeado**, 2015. Disponível em: <<http://chequeado.com/quienes-somos/>>. Acesso em: 10 Março 2015.

ESTEVEVES, J. P. **A ética da comunicação e os media modernos**: Legitimidade e poder nas sociedades complexas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998.

FAUSTO NETO, A. Miatização, prática social, prática de sentido. **XV Encontro da Compós**, Bauru, p. 1-15, Junho 2006.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma "analítica" da miatização. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 89-105, Abril 2007.

FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. **Alceu**, Rio de Janeiro, Janeiro/Junho 2010. 55-69.

FERNANDES, A. T. O campo político. **Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto: Sociologia**, Porto, v. 16, n. Série I, p. 41-85, 2006.

FERNÁNDEZ, M. Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. **La Trama de la Comunicación**, Rosario, v. 18, p. 189-209, Janeiro-Dezembro 2014.

FERREIRA, J. Dispositivos discursivos e o campo jornalístico. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. n. 09, p. 1-11, 2002.

FERREIRA, J. Poder simbólico no campo das mídias: perspectivas de estudo sobre a circulação do discurso das ONGs em dispositivos digitais na Web. **Revista EPTIC**, Aracaju, v. 7, n. 2, p. 70-81, Maio-Agosto 2005. ISSN 1518-2487.

FERREIRA, J. O caso como referência do método: possibilidade de integração dialética do silogismo para pensar a pesquisa empírica em comunicação. **InTexto**, Porto Alegre, Dezembro 2012. 161-172.

FERREIRA, J. A questão do jornalismo e cidadania na perspectiva da miatização. **Seminário debate o papel do jornalismo na formação da cidadania**, Faculdade de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas, 26 Novembro 2014.

GARCÍA, C. Seisieteochistas. 678 como referente identitario. **Tesina de Licenciatura**, Buenos Aires, Maio 2011. ISSN ISBN 978-950-29-1342-1.

GOMES, P. G. Buscando o objeto para encontrar a metodologia (ou fenomenologia da miatização). In: FAUSTO NETO, A.; VALDETTARO, S. **Mediatización, Sociedad y Sentido**: Diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: [s.n.], 2010. p. 91-106.

HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos miatizados: pesquisa da miatização na era da "mediação de tudo". **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. n. 1, p. 45-64, Janeiro-Junho 2014.

HJARVARD, S. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, n. 2, p. 53-91, Janeiro/Junho 2012.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, n. n. 2, p. 53-91, Janeiro-Junho 2012.

LEIVA, M. T. G. Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando de la Rúa. In: \_\_\_\_\_ **Mucho ruido, pocas leyes**. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 291-312.

MAJUL, L. **El Dueño**: La historia secreta de Néstor Kirchner, el hombre que maneja los negocios públicos y privados de la Argentina. Buenos Aires: Planeta, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MASTRINI, G. (Ed.). **Mucho ruido, pocas leyes**. 2ª. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Diálogos de la comunicación**, Lima, p. 80-91, 1999.

MOCHKOFISKY, G. **Pecado Original**: Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder. Buenos Aires: Planeta, 2011.

OLIVÁN, M. J.; ALABARCES, P. **678. La creación de otra realidad**. Buenos Aires: Paidós, 2010.

OLIVEIRA, F. B. Razão instrumental versus razão comunicativa. **Administração pública**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 3, p. 15-25, Julho/Setembro 1993.

POSTOLSKI, G.; MARINO, S. Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura, entre el control, la censura y los negocios. In: \_\_\_\_\_ **Mucho ruido, pocas leyes**. Buenos Aires: La Crujía, 2009. p. 159-188.

RAIMONDO ANSELMINO, N. Discurso y mediatización: para un análisis no-intencional de las estrategias discursivas. In: FAUSTO NETO, A.; VALDETTARO, S. **Mediatización, Sociedad y Sentido**: Diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: [s.n.], 2010. p. 36-55.

RODRIGUES, A. D. Experiência, Modernidade e Campo dos Media, Lisboa, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>>. Acesso em: Maio 2011.

SARLO, B. **La audacia y el cálculo**. 3ª Edição. ed. Buenos Aires: Sudamericana, 2011.

SEGURA, M. S. La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. **Argumentos. Revista de crítica social**, Buenos Aires, 13 Outubro 2011. 83-108.

SGORLA, F. Discutindo o "processo de midiatização". **Mediação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 8, p. 59-68, jan/jun 2009.

SIDICARO, R. El partido peronista y los gobiernos kirchneristas. **Nueva Sociedad**, n. 234, p. 74-94, Julho/Agosto 2011. ISSN ISSN: 0251-3552.

STRÖMBÄCK, J. In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. **Journalism Studies**, v. 6, n. n. 3, p. 331-345, 2005.

STRÖMBÄCK, J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. **The International Journal of Press/Politics**, v. 13, n. n. 3, p. 228-246, 2008.

STRÖMBÄCK, J.; DIMITROVA, D. Mediatization and Media Interventionism: A Comparative Analysis of Sweden and the United States. **The International Journal of Press/Politics**, v. 16, n. n. 1, p. 30-49, 2011.

VARELA, M. Los comienzos de la televisión argentina en el contexto latinoamericano. **Latin American Studies Association**, 24-26 Setembro 1998.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Díálogos de la Comunicación**, Buenos Aires, p. 9-17, Março 1997.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. n. 1, p. 13-19, Janeiro-Junho 2014.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**. São Paulo: Ática, 1996.

**ANEXO 1** - Lista de temáticas identificadas nas 28 edições analisadas de 6-7-8 e nas sete de *Periodismo Para Todos*.

**678 - 22/09/2013**

**Destakes no site:**

El cambio de época: Darín y la reivindicación de lo nacional; Cristina con Brienza: segunda parte; y dos nuevos ejemplos de las falacias clarinistas. Nos visita la actriz Susana Hornos.

Darín y una hermosa forma de reivindicar lo nuestro - Ator

**Destakes na abertura:**

La segunda parte de la entrevista de Brienza a Cristina

Dos nuevos ejemplos de las falacias clarinistas

Otro papelón del equipo que recontrachea todo

Massa 2013 vs Massa 2008

Como el Indio dije el 6-7-8 en vivo por TN

Muchísimos goles argentinos en el exterior

Convidado: Susana Hornos - Atriz

**678 - 24/09/2013**

**Destakes no site:**

El discurso de Cristina en la ONU; apropiación de hijos en la dictadura: la maniobra de Clarín para cubrirse; 6,7,8 invita a todos los candidatos a un debate; y volvió el científico mil: el cambio de época en la Argentina. Nos visita el ministro de Ciencia y Tecnología de la Nación Lino Barañao.

**Destakes na abertura:**

Hijos apropiados durante la dictadura - La desesperación de Clarín por cubrirse no lo deja bien parado

Argentina respaldó a Brasil - El espionaje de Estados Unidos y el cambio de época

Se vienen los debates - Quién quiere debatir y quién no - 678 se vuelve a proponer como opción

1955-2013 - La misma historia

Tomas en los colegios: detrás del show, una discusión de fondo

Charly dió cátedra en el Colón

Por la primera vez en décadas, cuatro pelis argentinas son las más vistas

La lucha contra la que lucha Lanata

Capitulazo de 678 afiches - Las calzas de Cristina

Convidado: Lino Barañao - Ministro de Ciencia y Tecnología

**678 - 25/09/2013**

**Destakes no site:**

Debatimos con nuestro panel de periodistas los siguientes informes: Gran discurso de Cristina en la ONU: Longobardi quedó a la derecha de la CNN; El debate sobre las tomas de colegios; Patch Adams y el contraste entre los sistemas de salud de EE.UU. y Cuba; y 6,7,8 invitó a debatir a los candidatos de la provincia de Buenos Aires.

**Destakes na abertura:**

Las tomas de colegios - Lo que nadie te cuenta

Gran discurso de Cristina a la ONU - Hasta la CNN la elogió dejando en posición adelantada a Longobardi

Se vienen los debates en 678 - La Sociedad Rural y Clarín decidieron que Massa no debata?

Dime quién te elogia y te diré quién eres - Presidente de la Sociedad Rural elogia a Massa

Nueva agresión del neoduhaldismo

Ventas en súper y centros de ropas

Sigue bajando la mortalidad infantil

Más y más voces advierten lo que hay del otro lado

**678 - 26/09/2013**

**Destacques no site:**

Los nuevos créditos del Pro.Cre.Ar y los viejos ocultamientos hegemónicos; ahora Massa en contra del plan de entrega de netbooks; la venganza de los usuarios; y el musical en vivo de “Maturana”. Nos visita el titular de la ANSES Diego Bossio.

**Destacques na abertura:**

Los nuevos créditos del plan ProCreAr

Temporada de debates - Convites a los candidatos para debatir en 678

Massa en contra del plan de entrega de netbooks

Victima de la dictadura chilena

Autocrítica del diario O Globo de Brasil por el apoyo a la dictadura

Las nuevas entrevistas a Cristina enervaron a los muchachos

Convidado: Diego Bossio - Titular da ANSES (Agencia Nacional de Seguro Social)

**678 - 29/09/2013**

**Destacques no site:**

Todo sobre la primera parte de la entrevista de Rial a Cristina y sus repercusiones; y el diálogo Irán – EE.UU. y otro esclarecedor caso de distinta vara. Nos visita el economista (UBA) y Magíster en Relaciones Internacionales (FLACSO), Ricardo Aronskind.

**Destacques na abertura:**

Todo sobre la entrevista de Rial a Cristina y sus repercusiones

Macri descharró a Larreta sin querer queriendo

El acuerdo entre Argentina e Irán y un clarísimo caso de distinta vara. EE.UU. y Irán

Ecos del cónclave golpista de la semana pasada. Elisa Carrió

El cine y un contundente contraste. España en baja y Argentina en alta

Otro día de impecables noticias. 1 - Satélites argentinos. 2 - Repercusiones del plan ProCreAr. 3 - Ya cansa (fútbol)

Convidado: Ricardo Aronskind - Magíster en Relaciones Internacionales (FLACSO)

**678 - 01/10/2013**

**Destacques no site:**

Cristina con Rial: las repercusiones; los acuerdos Argentina – Irán y EE.UU. – Irán: distinta vara; y los argentinos detenidos en Rusia. Nos visitan el ministro de Relaciones Exteriores y Culto, Héctor Timerman y el ministro de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, Julio Alak.

**Destacques na abertura:**

Los acuerdos Argentina e Irán e EUA e Irán regeneraron una distinta vara

La entrevista de Cristina a Rial crispó sobremanera a los muchachos

Gravísima crisis en EUA - Gobierno de Obama no aproban el presupuesto

Otro día de tremendas notis. 1 - Mil Rocanroles desde los satélites. 2 - Voces que suman y mucho. 3 - Y siguiendo con TVR, Dorio disparó una polémica humorada

Convidados: Héctor Timerman - Ministro de Relaciones Exteriores y Culto; Julio Alak - Ministro de Justicia y Derechos Humanos

**678 - 03-10-2013**

**Destacques no site:**

Soberanía ambiental: el conflicto por la contaminación de Botnia; lo que te ocultan: Argentina y EE.UU. únicos productores de satélites en América; el Indio y 6,7,8: una amistad que crece; y el musical en vivo de Luciana Tagliapietra. Nos visitan la actriz y Presidenta de la Asociación Argentina de Actores Alejandra Darín, el Gerente General de CEATSA Marcelo Famá y el Gerente General de INVAP S.E. Héctor Otheguy.

**Destacques na abertura:**

Dicen mil rocanroles desde los satélites

El Indio y 678. Una amistad que crece

Es temporada de debates y se vienen los de 678. Clarín mintió para proteger a su candidato

Paradoja que solo la 'corpo' puede lograr. La Nación y el País no son lo mismo. El conflicto por la contaminación de Botnia (Celulose no Uruguai e Entre Rios)

Lo que nadie pregunta. Ricardo Lorenzetti, presidente Corte Suprema, sobre faltar a Universidad San Andrés

Otro día de copadísimas notis. 1 - Record de patentamiento de autos. 2 - Otro superclásico. Por qué el massismo quiere sacarlo? Es cierto entonces que Massa responde a Clarín. 3 - Otra fiesta de La Canción. Cierra en vivo Luciana Tagliapietra

Convidados: Alejandra Darín - Atriz; Héctor Otheguy - Gerente Geral del Invap.

678 - 06-10-2013

Cristina en reposo: los odiadores de siempre destilaron su veneno; y la entrevista de Cristina Fernández de Kirchner con Jorge Rial. Nos visitan Hebe de Bonafini, presidenta de la Asociación Madres de Plaza de Mayo.

La segunda parte de la entrevista de Rial a Cristina

Copiar y pegar. Spot de Massa 2013 x Spot de Zapatero (España) 2008

Otro día de buenas notis. 1 - Otro superclásico para todos. 2 - Más y más voces.

Opinión en favor de Ley de Medios y otras coisas del gobierno

Convidado: Hebe de Bonafini - Presidenta de las Madres de Mayo

678 - 08/10/2013

**Destacques no site:**

La salud de la Presidenta: operaciones médicas y operaciones mediáticas; y la otra operación: desacreditar al vicepresidente Boudou. Nos visita el actor Pepe Monje.

Operaciones médicas y operaciones mediáticas

**Destacques na abertura:**

Otra operación: desacreditar al vicepresidente Boudou

Los vices que quieren Clarín y cia.

Otro día de geniales notis. 1 - Aunque Mármol patalee volvió el científico mil. 2 -

Indicadores que te ocultan. Este es del Banco Mundial. Clase media. 3 - El salario mas rendidor en la region. 4 - Siguen apareciendo nuevas voces. 5 - Como multiplicar es la tarea, les damos una ultima oportunidad.

Convidado: Pepe Monje - Ator

**678 - 09/10/2013**

**Destacques no site:**

El apoyo a Cristina en los premios Cándor que la corpo ignoró; la cadena de la desinformación de Argentina a España; elecciones: Pablo Ferreyra presentó su candidatura en Duro de Domar; y científicos que regresan: Argentina llegó a las mil repatriaciones. Nos visita el actor Claudio Rissi.

**Destakes na abertura:**

El amor que derrota al odio. Clarín ignoró el apoyo unánime a Cristina en los Premios Cándor.

La operación "deslegitimar al vice-presidente Amado Boudou

La cadena de la desinformación. De Argentina a España (Síndrome de Moria)

Las estadísticas del Banco Mundial. Nula repercusión.

La madre de Lulu vs. las bajezas mediáticas (la nena trans tiene nuevo DNI)

Otro día de notis de la hostia. 1. Nos visita Claudio Rizzi. 2. Cada vez más voces del mismo lado, El Chueco Suar también reivindicó al Indio. 3. El pueblo quiere saber todo. Elecciones. Después de Stolbizer, Pablo Ferreyra en Duro de Domar. 4. Insumos para la construcción. Las mayores ventas en dos años.

Convidado: Claudio Rissi

**678 - 10-10-13**

**Destakes no site:**

El debate Cabandié – Bergman – Carrió; cambio de época: científicos repatriados vs. la fuga de cerebros en España; Carla Conte contra la estigmatización de la mujer; y el musical en vivo de Cabernet. Nos visita la socióloga y científica repatriada número 1000 Verónica Perera.

**Destakes na abertura:**

Convidado: María Verónica Perera - La científica repatriada 1000

Científicos repatriados y contraste Argentina-Europa

Gran debate Cabandié-Bergman-Carrió (TN)

Conmover esfuerzo de La Nación por edulcorar a cuadro massista (Luis Barrionuevo)

Carla Conte y la estigmatización de la mujer

Otro día de belas notis. 1. Jueves musicales con Cabernet. 2. Crecimiento comparado (Banco Mundial y clase média). 3. Cada vez más voces. Carla y un contrapunto ético. 4. Otro programón de Bajada de Línea (de lo que pasa afuera no se habla)

Empieza 678. Un programa que decodifica el mensaje hegemónico

**678 - 13-10-13**

**Destakes no site:**

Se vienen las elecciones: las repercusiones del debate Cabandié – Bergman – Carrió.

Nos visita el candidato a diputado por CABA del FPV Juan Cabandié.

**Destakes na abertura:**

Convidado: Juan Cabandié (Candidato por FPV)

Se comprobó lo que era obvio. La no cámara oculta de Clarín

Más y más voces para todos los gustos. Diego Peretti (Actor), Ricardo Mollo (Músico)

Legrand-Lynch piden reconciliación cuando siempre predicaron lo contrario

El accidente de Gioja y el papelón de Pitrola

El acuerdo con el Banco Mundial a un diario no le cayó bien. Adivinan cuál?

La bipolaridad de La Nación (Cristina y su hermana)

Para Larreta, la justicia no importa

**678 - 15-10-13**

**Destakes no site:**

Clarín – Lanata: falsa cámara oculta y extorsión; y la operación contra Cabandié a dos semanas de las elecciones. Nos visita el actor Alejandro Awada.

**Destakes na abertura:**

Jueves 17 de Octubre - Día de la Lealtad. La convocatoria que se está armando en las redes

Clarín-Lanata: Falsa denuncia y extorsión. Flojísima respuesta del operador que olvidó referirse a la extorsión

Martín Insaurrealde con Belén Mosquera (agente de tránsito)

La operación contra Cabandié

Otro fallido revelador (Plantado-Planteado)

Un tema que no tiene difusión (Agresiones en Vicente López - Partido de Massa, donde es intendente)

A esto quieren volver las corporaciones

Verguenza ajena 1 - Vivir colonizado

Verguenza ajena 2 - Qué diva te cae peor?

Otro día de preciosas notis. 1. Convidado: Alejandro Awada. 2. Lula y Evo entre nosotros.

**678 - 16-10-13**

**Destakes no site:**

El ataque a Cabandié: apareció el video que desmorona la operación; y todas las voces todas: los artistas y la política. Nos visita el actor y director de la película “Caíto”, Guillermo Pfening.

**Destakes na abertura:**

17 de octubre - Día de la Lealtad. La convocatoria en las redes para mañana

La operación contra Cabandié. Apareció el video más largo y se desmorona la opereta.

En su peor momento. Ahora Lanata atacó a Mollo (músico).

Esto hay detrás de Macri y Massa. Informe de TVR nos hace recordar que Del Sel casi es gobernador de Santa Fe.

Elecciones 2013. El análisis de Enrique Pinti (ator, humorista, diretor teatral)

Todas las voces todas

Elecciones 2013. Daniel Filmus en Duro de Domar.

El círculo rojo de la mentira (Telegraph critica a Cristina por meio de Clarín)

El papelón de otro de los medios favoritos de Clarín y La Nación (Fox)

Otro día de fenomenales notis. 1. Otra linda visita. Convidado: Guillermo Pfening (ator). 2. Dos potencias se saludan. 3. Nuestro Facebook vive su segunda primavera. 600 mil participantes.

**678 - 17-10-13**

**Destakes no site:**

El debate Filmus – Michetti – Solanas; los artistas y la revalorización del debate político; de lo que no se habla cuando muestran la operación a Cabandié: el atentado contra Bonfatti; y el musical en vivo de “Páramo”. Nos visita el actor Luis Machín.

**Destakes na abertura:**

17 de Octubre - Día de la Lealtad. Una multitud en la plaza

El debate Filmus-Michetti-Solanas

La barbaridad de Alfredo Casero (músico, ator e comediante)

Las mentiras de la operación contra Cabandié, de lo que mientras tanto no se habla

Esto también te lo ocultan. De La Sota: narcotráfico y aprietes a periodistas.

Otro día de maravillosas notis. 1. Nos visita: Luis Machin (ator). 2. Miren quien nos hizo un mimo (Juan José Campanella). 3. El show del Chiste. Mirá esta promo de América TV (Sergio Massa). 4. Vuelve la sección El Empleado del Mes y ya hay un ganador. Ganó un premio Clarín y vaya si honró al Grupo. 5. Un cierre musical que vas a disfrutar al compás de Párramo

### 678 - 20-10-13

#### **Destakes no site:**

El accidente en Once y las operaciones mediáticas. Nos visita la diputada nacional, presidenta del bloque del Frente para la Victoria y candidata a renovar su banca por la provincia de Buenos Aires Juliana Di Tullio.

#### **Destakes na abertura:**

El accidente de Once y las mentiras de los medios hegemónicos

La utilización política de algunos sectores

Por qué será que los medios opositores no te hablan del Plan Procrear?

Ecos del Día de la Lealtad

Otro episodio de... lo que nadie pregunta. Carlos Pagni, periodista de La Nación

### 678 - 22-10-13

#### **Destakes no site:**

El panel de 6,7,8 debate los siguientes informes: “A 5 días de las elecciones: Massa se pone pesado” y “Alfredo Casero defendió el accionar de los apropiadores de Juan Cabandié”.

#### **Destakes na abertura:**

Schioli y Di Tullio(candidata a diputada) en Duro de Domar

Sin repercusiones. Massa: le pegaría a mi hijo de 8 años

En la entrevista de Clarín a Casero. Olvidaron a preguntarle por esto.

Sobre estilos violentos y chapear. Massa y fútbol de Tigre

El testimonio del maquinista Benítez. Coincidente con los de los pasajeros.

Otro día de bellísimas notis. 1. 36 años de ejemplo (Paka Paka). 2. El plan Procrear cada vez a más gente. 3. Como dirían Calamaro y Sabina... Aún cuando la hace mal, la hace bien. 4. El querido cine argentino. (...) Analicemos: en TN ignoran lo de nuestro cine... pero entre mala noti y mala noti, rellenan con esto (Justin Bieber e outras bobagens).

### 678 - 23-10-13

#### **Destakes no site:**

Más repercusiones sobre los dichos de Yofre y Casero; a días de las legislativas: los modelos en juego; y Palo Pandolfo y Alfonso Barbieri nos ofrecen una canción homenaje a Néstor Kirchner llamada “Renacer”. Nos visita el candidato a senador nacional por CABA del FPV Daniel Filmus.

#### **Destakes na abertura:**

A cuatro días de las legislativas. Convidado: Daniel Filmus. Tendremos sólo 45 minutos de programa, así que... Apertura corta. Hablaremos, por ejemplo, de estas cosas.

Julio Benítez y el sueño en Once

Y un especial cierre musical... A días de un nuevo aniversario de la partida de Néstor.

Palo Pandolfo y Alfonso Barbieri le compusieron un temazo

### 678 - 24-10-13

#### **Destakes no site:**

A 3 días de las elecciones: los modelos en juego; los artistas y la política: todas las voces todas; los cierres de campaña; y el musical en vivo de Gus Ecclesia. Nos visitan el candidato a diputado nacional por CABA del FPV Juan Cabandié y el candidato a legislador por CABA del FPV Jorge Taiana.

**Destacques na abertura:**

A horas de la veda, nos visitan: Juan Cabandié y Jorge Taiana.

Los cuadros que descuelga cada uno. Cuadro de Kirchner.

El nuevo video de Alfredo impide cerrar el debate. Los artistas y la política.

A 3 años de la partida física de Néstor. Conmovedoras, la historia y la canción de ayer

Otro día de democráticas notis. 1. Em Campa vendría 678. Esta reciente charla da una pista. 2. Vuelve la sección El Empleado de Més. Y sería difícil vencer a Lobito. 3. O acaso Castro podría derrotarlo? 4. Y hasta Bonelli aporta lo suyo. 5. Gran cierre musical con Gus Ecclesia

**678 - 27-10-13**

**Destacques no site:**

Analizamos con nuestro panel periodístico los resultados de las elecciones legislativas 2013, las primeras repercusiones y el nuevo mapa político. Además, compartimos un informe homenaje a Néstor Kirchner al cumplirse 3 años de su muerte.

**678 - 29-10-13**

**Destacques no site:**

Celebramos el dictamen de la Corte Suprema que declaró que la Ley de Medios de la democracia es constitucional, con un programa especial, con nuestro estudio lleno de invitados como Estela de Carlotto, Juliana Di Tullio, Darío Sztajnszrajber, Carlos Raimundi, Claudio Morgado, Paula De Luque, Dolores Solá, Ernesto Korovsky, Hernán Brienza, Eduardo Calvo, Benjamín Ávila, Manuel Vicente, Fena Della Maggiora, Alejandro Awada, Taty Almeida, Julio Morresi, Camilo García, Luis Machín, Pablo Ferreyra, Jorge Halperín, Horacio Embón, Susana Hornos, Enrique Masllorrens, Alejandro Apo, Eduardo Barcesat, Diego Frenkel, Victoria Montenegro, Ariel Prat, Horacio Pietragalla, Cristian Aldana, Fernando Amato, Jorge Levy Sand, Charly Pisoni, Mavi Díaz, entre muchos otros más.

**Destacques na abertura:**

La ley de democratización de medios, en plena vigencia. Muchos invitados en el piso para celebrar este día historico

Estrepitosa derrota del ganador por 10 puntos (que incrementó el quorum propio)

Otro dolor de cabeza para Magnetto. Hasta su diputado estrella está de acuerdo con el fallo de la Corte Suprema

**678 - 30-10-13**

**Destacques no site:**

A 30 años del triunfo de Raúl Alfonsín, compartimos otro programa especial de 6,7,8 con un invitado de lujo, el dirigente de la UCR Leopoldo Moreau, y un debate más vigente que nunca: Democracia vs. Corporaciones. Compartimos dos informes: “30 años del retorno de la democracia” y “El histórico fallo de la Corte sobre la Ley de Medios”.

**Destacques na abertura:**

A 30 años del triunfo de Raúl Alfonsín. Otro programa especial de 678. Nos visita Leopoldo Moreau. El debate más vigente que nunca. Democracia vs. corporaciones.

**678 - 31-10-13****Destacques no site:**

El fallo de la Corte enojó mucho a Clarín: la violenta reacción del Grupo; Ley de Medios: periodistas corporativos van a EE.UU. a defender a Clarín; y el musical en vivo de Indios. Nos visita el titular de la AFSCA Martín Sabbatella.

**Destacques na abertura:**

Nos visita: Martín Sabbatella

Qué opina Telenoche sobre Sabbatella?

A 30 años del triunfo de Raúl Alfonsín. El programón de anoche con Leopoldo Moreau

Un debate más vigente que nunca. Democracia vs. corporaciones.

El fallo de la Corte por 6 a 1 enojó mucho al Grupo Clarín

En el fragor de la entrada en vigencia de la Ley de democratización de medios, nos quedó afuera este informazo que teníamos.

Otro día de espectaculares notis. 1. Llegaron las estadísticas de FEBA. 2. En contraste con nuestros hermanos europeos, el desempleo regional sigue en baja. 3. Noche de musicalazo con Indios. 4. Todos hablan de La Tanqueta. La historia nació cuando pusimos eso al aire (Casero sobre Cabandié). Luego, en reiteradas ocasiones Alfredo pidió ser invitado al programa

**678 - 03-11-13****Destacques no site:**

El fallo de la Corte por 6 a 1: la violenta reacción del Grupo Clarín; y Ley de Medios constitucional: la doble vara opositora hacia la Corte. Nos visita el Jefe de Gabinete de Ministros de la Nación, Juan Manuel Abal Medina.

**Destacques na abertura:**

El fallo de la Corte. La furia de Clarín y sus excusas para evitar que se cumpla la ley.

**678 - 05-11-13****Destacques no site:**

La corpo se colgó de la opereta de Fontevecchia para atacar a Lorenzetti; el plan de adecuación de Clarín contradice la "desaparición" de sus medios; a 8 años del NO al ALCA; 30 años de democracia: ecos de la visita de Moreau a 6,7,8; y el musical en vivo de Los Hermanos Butaca y Mavi Díaz. Nos visita la cantautora Mavi Díaz.

**Destacques na abertura:**

Todos conocemos la fábula del pastor y las ovejas. El día que diga la verdad, ya nadie le creerá.

El plan de adecuación de Clarín contradice la "desaparición" de sus medios.

Corporaciones y (Antonio) Banderas

Otro día de significativas notis. 1. Tras la visita de Moreau a 678, TVR sacó a relucir memorables archivos. 2. Tecnópolis mejor cada año. 3. Esperanzador cierre musical con Mavi Díaz.

**678 - 06-11-13****Destacques no site:**

Coletazos del 6 a 1: Macri y Carrió contra la Corte Suprema; la corpo y una reiterada operación: los contratos de PPT; y la nueva opereta de Magdalena Ruiz. Nos visita el intendente de Berazategui, Juan Patricio Mussi.

**Destacques na abertura:**

Los jóvenes intendentes en 678. Nos visita el de Berazategui: Patricio Mussi.

Los archivos de la dictadura

Una nueva operación de Magdalena Ruíz

Los coletazos del 6 a 1. Macri y Carrió, contra la democracia.

El Nóbel Joseph Stiglitz y el debate que falta. La hegemonía mediática, en contra de las mayorías

Las contradicciones del Club de las M. Magnetto, Macri, Massa, Moyano, etc.

Otro día de muy bonitas notis. 1. Paenza y las compus para todos. 2. A que de esto no te enteraste. Otra derrota de los fondos buitres. 3. Mano a mano con un periodista de verdad. 4. A pesar del bajísimo rating hegemónico, la Tanqueta obsesiona al más pintado (8, 7 y 6 de noviembre)

**678 - 07-11-13**

**Destakes no site:**

La operación de Magdalena Ruiz Guiñazú y afines; todas las voces: Banderas, Ska-P, Crowe y Stiglitz del mismo lado; luego de Macri y De Narváez: Moyano coquetea con Massa; y el musical en vivo de Patricia Malanca. Nos visita la cantante Patricia Malanca.

**Destakes na abertura:**

Las listas de la dictadura.

Lo que nadie pregunta y la operación Ruíz.

Más despistado que Botinelli anoche. José Eliashev desconoce que la OEA rechazó la movida del Grupo Clarín.

La tercera es la vencida. No pudo ser con Macri y De Narváez, pero ahora Moyano se junta con Massa.

Un Piumato que nos duele

No le gustó la imitación (Jorge Lanata)

Otro día de espectaculares notis. 1. Los premios Eter y una hermosa velada. 2. El triunfo más esperado. 3. La Nora de la gente. 4. A pesar del bajísimo rating hegemónico, La Tanqueta obsesiona al más pintado. 5. Un cierre musical de lujo con Patricia Malanca.

678 - 10-11-13

**Destakes no site:**

La aplicación de la Ley de Medios y las interminables campañas victimizantes. Nos visita el gobernador de la provincia de Chaco y director de la AFSCA, Jorge Capitanich. Nos visita el Jorge Capitanich, gobernador de Chaco.

**Destakes na abertura:**

El Campa embistió contra la tanqueta. Nos preguntamos lo siguientes. Cuando no estás a la casa, deja grabando al programa?

Le dieron el alta a la Presidenta. Particular y querible homenaje circula en la red.

El publicista del PRO reivindicó a Hitler.

Como funcionan día a día los medios tradicionales. Para muestra basta un botón.

Una nueva edición de la marcha del orgullo.

**Periodismo Para Todos - 22-09-13**

**Monólogo:**

El periodista mostró un video de una reunión en el que **Guillermo Moreno** le dijo a empresarios que tienen una cuenta para el "**pongui pongui**".

**Lanata** también habló sobre la situación del **Padre Grassi**, la decisión de absolver a **Menem** y la llamativa vestimenta de la presidente **Cristina Kirchner** en un acto político.

Nicolás Maduro sobre "libros y libras" y "Hombre Araña" y la violencia en Venezuela.

**Reportagens:**

Como el gobierno intenta manipular el Banco de Datos Genéticos, tratando de arrollar un determinado resultado y también varios hechos de corrupción que ocurrían en ese lugar impensado. Modificación en la ley en 2009 sólo atende a casos de sospechas de hijos secuestrados durante la dictadura.

**Raúl Othacehé** es el **intendente de Merlo** -localidad bonaerense- que hace 22 años que está en el poder y es uno de los funcionarios que forma parte del aparato **kirchnerista**.

**El periodista de PPT Nicolás Wiñazki** fue a tratar de entrevistarlo después de un acto y recibió una agresión verbal. *"Dios lo va a castigar por mercenario y mentiroso. Usted es empleado de los poderes. Va a tener que responder ante Dios por las mentiras"*, dijo **Othacehé**.

En el mundo político es conocido como **"el dictador de Merlo"** por los hechos a los que lo vinculan dirigentes opositores de persecuciones y ataques hacia ellos.

Periodismo Para Todos inició una campaña contra el hambre y la sed y lo realiza junto a la fundación **CONIN**, que lucha contra la desnutrición infantil y que fue creada por el **Dr. Abel Albino**.

En este informe vas a poder ver cómo trabaja un centro de donaciones de ese organismo y lo que ya hizo un equipo de **Periodismo Para Todos** en **Salta** y **Formosa**.

**Periodismo Para Todos - 29-09-13****Monólogo:**

Jorge Lanata comenzó este programa de Periodismo Para Todos con su tradicional monólogo, pero tuvo la particularidad de estar acompañado por la "Justicia", que era la sueca **Alexandra Larsson**.

*"Jorge Rial entrevistó a Cristina Kirchner, fue muy gracioso, Presidencia lo editó y eligieron qué salía y qué no, todo muy independiente"*, dijo **Lanata** en referencia a la serie de entrevistas que está dando la Presidente.

Una nueva boleta de Insaurralde, que se parece con el del PRO.

Cristina le pidió en la ONU a Irán un gesto por un memorandum. Dice que Irán está dispuesto a negociar siempre cuando Cristina no vuelva a aparecer con calzas.

El periodista también hizo referencia -entre otras cosas- a la detención en Rusia de los activistas argentinos. *"Están en cana quienes protestan y no quienes contaminan"*, afirmó.

Fondos buitres y el cupom PBI que el nuevo gobierno tendrá que pagar a los acreedores. Juan José Sebreli sobre su posición en contra las mayorías y no un intelectual orgánico. Un documental, El Olimpo Vacío.

**Reportagens:**

El tema central de este envío de Periodismo Para Todos fue el colapso que sufre la Justicia en la Argentina, con causas y expedientes que desbordan los juzgados y tardar décadas en resolverse.

El programa de Jorge Lanata primero mencionó algunas de las causas que sirven como ejemplos y habló con los protagonistas, que siguen pidiendo justicia. En muchos casos tardan 15 años en comenzar a investigar y más todavía para llegar al juicio oral (muchas terminan prescribiendo por la demora).

**PPT** también mostró cómo funciona la Fiscalía General de la **Ciudad de Buenos Aires**, que puso en práctica un sistema en el que se redujo considerablemente el uso de papeles y la burocracia en el tratado de los casos.

Reforma Judicial de 2013.

**Julio Pereyra** es el intendente de **Florencio Varela** y se mantiene en el poder desde hace 21 años en uno de los municipios con mayores necesidades básicas insatisfechas del conurbano bonaerense.

Periodismo Para Todos quiso entrevistarlo pero el funcionario no se presentó ni en la intendencia ni en las propiedades que tiene declaradas. Otro de los puntos que trató el informe fue la falta de información que brinda el municipio sobre el papel de algunos funcionarios durante la última dictadura militar.

Jorge Lanata cerró este programa de Periodismo Para Todos haciéndole un pedido a la gente para que siga colaborando con **Argentina Urgente**, una campaña organizada por el programa que lucha contra el hambre y la sed de Coronel Solá en Salta, y Bartolomé de las Casas y Pozo del Tigre en Formosa.

El periodista se emocionó cuando leyó dos cartas: una de una jubilada que está juntando plata para viajar a estas localidades y la de un vendedor de cubanitos que se ofrece para ayudar. "*Lo difícil es dar tiempo*", afirmó **Lanata**.

Pero también hizo hincapié en las amenazas que sufrieron algunas de las familias que dieron su testimonio en los informes de **PPT** sobre el "*hambre de agua*". Marisa González vive en Pozo del Tigre y es una de las mujeres que contó esta indignante reacción del poder político de esa provincia.

### **Periodismo Para Todos - 06-10-13**

#### **Monólogo:**

Jorge Lanata empezó esta edición urgente de Periodismo Para Todos hablando sobre la salud de la presidente Cristina Kirchner y a lo largo del programa recibió a muchos especialistas que debatieron sobre el tema.

"No hay nada peor que la falta de información, de esta manera se puede sobredimensionar o subestimarla", afirmó el periodista y agregó que Cristina tendría que estar en cama un mes. "No dan ningún detalle sobre el tema, me imagino que esto se va a aclarar, todavía no se sabe la gravedad del cuadro".

#### **Reportagens:**

Nelson Castro es periodista y médico, es por eso que es una voz autorizada para hablar sobre la salud de los políticos. Lo que le pasó a Cristina Kirchner -que debe hacer reposo por una colección subdural crónica- hizo que fuera invitado a Periodismo Para Todos.

"Tanto en el plano político como en el personal, lo importante es que Cristina esté bien de salud, que no haga esfuerzos y que esté controlada para que no sufra otros golpes", afirmó el periodista.

En este envío de Periodismo Para Todos se debatió sobre la salud de Cristina Kirchner y sobre el plano político en el que queda la Argentina con este reposo de la Presidente.

Dos de los que opinaron fueron Mauricio Macri y Julio Cobos. "El Partido Justicialista tiene que acudir al Congreso y marcar una licencia de Cristina, Boudou no tiene autoridad moral", afirmó el jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Por su parte, Julio Cobos afirmó: "No creo que esto tenga impacto en las elecciones porque la Presidente no fue la imagen central, solamente puede afectar en la provincia de Buenos Aires".

Periodismo Para Todos recibió a varias especialistas que analizaron este problema de Cristina y cómo queda el mapa político en la Argentina. Nelson Castro, Jorge Giacobbe, Osvaldo Pérez Sanmartino, Andrés Gil Domínguez, Fabián Perechodnik, Mariel Forni, Jorge Fernández Díaz, Ricardo Kirschbaum y Alfredo Leuco fueron algunos de los que opinaron.

Esta edición urgente de Periodismo Para Todos tuvo como eje central el estado de salud de la presidente Cristina Kirchner, pero sobre el final también hubo lugar para que Jorge Lanata hablara sobre los resultados de la campaña contra el hambre y la sed llamada Argentina Urgente.

"Hasta ahora la recaudación de esta iniciativa que sigue creciendo es de \$ 1.590.000 y ya hay más de 6.000 voluntarios, igual todavía necesitamos más gente que dé su tiempo, que es lo más importante", afirmó el conductor de PPT.

### **Periodismo Para Todos - 13-10-13**

#### **Monólogo:**

Había mucha expectativa por quién iba a conducir este programa de Periodismo Para Todos porque muchos pensaban que Jorge Lanata no se iba a poder recuperar después de la internación que tuvo esta semana, pero el periodista estuvo presente y realizó su tradicional monólogo, en el que hizo referencia a lo que le pasó.

"Parece que estamos actuando la realidad. ¿A quién se le hubiera ocurrido que me iban a internar en el mismo lugar de Cristina? Te acordás que Cristina había dicho que cuando los presidentes no se atienden en un lugar de la salud pública, es puro cuento. ¿Qué raro? ¿Por qué no fue al hospital público?", fue una de las frases del conductor de PPT en este envío.

Aníbal Fernández en el Senado citando a Bon Jovi.

Propaganda electoral de la Frente para la Victoria.

Disposición de las cámaras en el debate Cabandié-Bergman-Carrió.

Cámaras ocultas a Fariña. Explicaciones sobre las cámaras.

Sobre Cabandié y la discusión con la mujer de tránsito.

#### **Reportagens:**

Jorge Lanata centró este programa de Periodismo Para Todos en la cantidad de vuelos privados que usa la presidente Cristina Kirchner y muchos de sus funcionarios o gobernadores cercanos, que llegan a utilizar aviones sanitarios para cuestiones personales como pueden ser vacaciones familiares.

Pero el periodista también habló sobre la situación actual –y real, que nadie cuenta- de Aerolíneas Argentinas. Lanata hizo referencia al relato K y a las promesas que hizo Mariano Recalde, titular de la empresa aérea.

Periodismo Para Todos realizó un informe en el que denunció el uso y abuso de aviones privados por parte del Gobierno kirchnerista. El programa que conduce Jorge Lanata afirmó que Cristina Kirchner recorrió 252.000 kilómetros en aviones, helicópteros y jets privados.

Pero esto no lo hace sólo la Presidente, en las provincias también se da una situación similar. Los gobernadores y sus familias usan el transporte aéreo para realizar cuestiones personales. Algo todavía mucho más grave es que también se reveló que muchas veces utilizan el avión sanitario de sus respectivas provincias.

“Cabandié es la síntesis más brutal y perfecta del analfabeto K”. Esta fue una de las frases de Jorge Lanata en el cierre de *Periodismo Para Todos* en el que hizo referencia a los videos que salieron esta semana en los que se ve al candidato a diputado K –Juan Cabandié- discutiendo una mujer de tránsito.

El conductor de PPT fue contundente en su editorial: “Es un pobre pibe sin base teórica, sin carisma. Llegó con voluntarismo, plata y contrato con el Estado. Te estaban pidiendo los papeles del seguro, no tiene nada que ver que seas hijo de desaparecidos. No es un mérito, es una lástima. Ojalá no hubiera habido víctimas de la dictadura”.

### **Periodismo Para Todos - 20-10-13**

#### **Pré-Monólogo:**

Este programa de *Periodismo Para Todos* no comenzó con el tradicional monólogo de Jorge Lanata, el periodista abrió haciendo una evaluación del año y anunciando que este envío no iba a enfocarse en denuncias sino que en un análisis de la Cámpora.

*"Quiero que los chicos miren este programa, dejen que se acuesten un poco más tarde"*, pidió el periodista al anunciar que haría una evaluación del modelo de jóvenes que este Gobierno apoya.

Habló también de los jóvenes que el gobierno quiere, La Cámpora, las críticas que he recibido durante el año y todas las denuncias llevadas en aire.

#### **Monólogo:**

Jorge Lanata realizó su tradicional monólogo y se refirió a varios temas de actualidad que sucedieron durante la última semana. Una de las situaciones principales fue el video que circuló en el que **Cabandié** pidió aplicarle un "correctivo" a una agente de tránsito que quería hacerle una multa.

El conductor de *Periodismo Para Todos* también habló sobre el nuevo choque de un tren en la estación Once. *"Lo más triste es que se pensó más en las elecciones que en los 90 heridos"*, afirmó.

Críticas a Filmus por el debate con Pino Solanas y Michetti, por Pino tener inversiones del gobierno para producción de documentales sin público.

Día de la Lealtad hubo 4 actos distintos.

#### **Reportagens**

El video que circuló durante la semana en el que se veía a **Juan Cabandié** discutiendo con una oficial de tránsito que quería retenerle el auto generó un debate sobre La Cámpora y el modelo de jóvenes que pone como ejemplo el kirchnerismo.

*Periodismo Para Todos* realizó este informe en el que se analizó el comportamiento de **Cabandié, del Cuervo Larroque y de Mariano Recalde**, miembros importantes de la agrupación.

*"Quiero iniciar en mi ciudad una campaña para llevar agua y leche a Salta y Formosa"*, esto leyó Jorge Lanata hace algunas semanas y era parte de una carta que le había mandado **Salomé Papp**, una chica de sólo 13 años.

La historia de esta pequeña conmovió a todos porque sola pudo llevar a cabo la iniciativa y juntar muchas cosas. *"Es un grupo de tres amigas que salieron a golpear puertas para tratar de juntar cosas"*, afirmó su mamá.

### **Periodismo Para Todos - 03-11-13**

#### **Pré-Monólogo:**

Jorge Lanata abrió este programa de una manera inusual: con una editorial. El tema en el que hizo foco el conductor de Periodismo Para Todos fue la ley de medios y el fallo de la **Corte Suprema** en el que la declara constitucional.

"Al **Gobierno** no le interesa la ley de medios, le interesa que desaparezca **Clarín**", dijo el periodista refiriéndose a los verdaderos intereses del kirchnerismo.

### **Monólogo:**

En esta ocasión, el programa de Periodismo Para Todos no arrancó con el monólogo porque Jorge Lanata realizó una editorial sobre la **ley de medios**. Pero luego llegó el turno del tradicional análisis de la realidad.

El periodista habló sobre las elecciones legislativas que se realizaron el domingo 27 de octubre en la Argentina y sobre el revés judicial para el **vicepresidente Amado Boudou**.

Para terminar, **Lanata** mostró un video en el que se ve cómo se maneja un grupo de personas pago que trata de "ganar la batalla" de las redes sociales.

Denuncia sobre los CiberK en San Juan, hecha por Romelia González.

### **Reportagens:**

**Sergio Urribarri es el actual gobernador de Entre Ríos** y Periodismo Para Todos realizó un informe en el que compara la realidad de esa provincia con el veloz crecimiento de su patrimonio personal.

"Es un entrerriano que tuvo la habilidad de escalar en la pirámide kirchnerista hacia las cercanías del núcleo de **Poder K**", dijo **Atilio Benedetti**, legislador de la **UCR. PPT** recogió testimonios impactantes de personas que viven en **Concordia**, la segunda ciudad más pobre del país.

Periodismo Para Todos realizó un informe sobre el fallo de esta semana de la **Corte Suprema** en el que declaró constitucional la ley de medios y sobre la manera en la que se maneja la **AFSCA**.

**Martín Sabbatella** es el director general de ese organismo y su "independencia" es polémica. El programa de Jorge Lanata entrevistó a especialistas en medios para saber su opinión acerca de esta realidad.

"El organismo debe ser técnico y profesional, la **AFSCA** está cooptada por el **Gobierno** y el presidente del directorio es un diputado del kirchnerismo en ejercicio de licencia", aseguró **Alejandro Alfie**.

## **Periodismo Para Todos - 10-11-13**

### **Monólogo:**

Esta vez Jorge Lanata no fue el encargado de abrir Periodismo Para Todos, el conductor realizó su tradicional monólogo pero después de un video clip exclusivo de "Cristina" en el que anunciaba su vuelta a las funciones.

"La Presidente está por volver, lo que hay que ver si realmente escucha el mensaje de las urnas", afirmó el conductor de PPT y dijo que no entiende al Gobierno cuando dice que no hay inflación y que la carne no había aumentado en tres meses.

Caso Lázaro Báez, Elaskar y Campagnoli. Extorsión, lavado de dinero y fuga de capitales.

El vestido florido de Elisa Carrió.

50% de los auto-servicios cobran más caro por las bebidas frías.

Mauricio Macri presentó un proyecto de ley para erradicar los trapitos.

**Reportagens:**

Periodismo Para Todos realizó un extenso informe en el que profundizó sobre un problema muy grave que sufre la Argentina: el narcotráfico. Lo más delicado es que pasó de ser un país de tránsito a ser un país de producción.

**PPT** mostró cómo es el sistema de las cocinas, la distribución y las vinculaciones que tienen estos casos con los funcionarios del Estado. Además habló sobre lo que sucede en Rosario, ciudad a la que algunos mencionan como la Medellín argentina.

Periodismo Para Todos tuvo acceso a los diálogos que mantuvieron conductores de los trenes de la **Línea Sarmiento** con la torre de control en el que queda demostrado que todo sigue funcionando como antes.

*"El tercer riel está a los chispazos limpios"*, esta es una de las quejas que realizaron los conductores. Un grupo de radioaficionados encontró la frecuencia de este ferrocarril y consiguieron estos impactantes audios, a sólo meses de los tres accidentes.

*"Me estoy haciendo diálisis por el problema que tengo en el riñón y quiero trasplantarme, pero todavía no me hice estudios ni sé quiénes tienen compatibilidad"*, dijo Jorge Lanata en el cierre del programa.

El conductor de Periodismo Para Todos también hizo referencia a un insólito episodio: *"Tres tipos dieron número de documento y teléfono y dijo que me donaban un riñón. Primero quiero ver qué pasa, pero no se puede hacer una cosa así. Uno no puede aceptar un órgano de alguien con quien no tiene relación porque la justicia puede sospechar que uno lo compra"*.

*"Te doy unos datos de esta semana nada más, llegamos a los \$ 2.250.000 de recaudación, se recibieron 20.000 kilos de alimentos, 75.000 litros de agua y 30.000 litros de leche larga vida"*, afirmó Jorge Lanata.

Estos datos son de **Argentina Urgente**, la campaña que organizó Periodismo Para Todos -junto a **CONIN**- para ayudar y luchar contra el hambre y la sed de **Coronel Solá en Salta, y Bartolomé de las Casas y Pozo del Tigre en Formosa**.

**ANEXO 2 - Temáticas análogas e homólogas**

Tabela 19 - Temáticas tratadas pelos dois programas, que nos permite traçar analogias.

Data	678	Data	Periodismo Para Todos
22/09	Calças de Cristina	22/09	Calças de Cristina
24/09	Apropriação de filhos da ditadura. A manobra do Clarín para se encobrir		Como o governo tenta manipular o Banco de Dados Genéticos
25/09	Discurso de Cristina na ONU		
29/09	Entrevista de Cristina a Rial	29/09	Entrevista de Cristina a Rial
	Acordo Argentina-Irã e um julgamento distinto		Sobre Argentina e Irã na ONU
01/10	Repercussões da entrevista de Cristina a Rial		Detenção de ativistas na Rússia e contaminação de Botnia
	Acordo Argentina-Irã e Estados Unidos-Irã		
03/10	Conflito pela contaminação de Botnia entre Uruguai e Argentina		
06/10	Spot Massa 2013 versus Zapatero 2008	06/10	Programa especial sobre internação de Cristina
	Cristina em repouso		Entrevistados: Maurício Macri e Julio Cobos
08/10	Operações médicas e operações midiáticas (sobre saúde de Cristina)		Outros convidados entrevistados
	Operação: desacreditar Amado Boudou (vice-presidente)		
	Os vices que querem Clarín e cia.		
09/10	Operação: deslegitimar Boudou		
	Síndrome de Moria		
10/10	Debate Cabandié-Bergman-Carrió		
13/10	Repercussões do debate. Convidado: Juan Cabandié	13/10	Propaganda eleitoral da Frente para la Victoria
	A câmera não-oculta do Clarín		Câmeras no debate Cabandié-Bergman-Carrió
15/10	Lanata se explica sobre câmera oculta		Explicações sobre câmeras ocultas
	Operação contra Cabandié		Cabandié e discussão com agente de trânsito
16/10	Operação Cabandié: novo vídeo		Cabandié como síntese do analfabeto K

17/10	Dia da Lealdade Peronista		
	Debate Filmus-Michetti-Solanas		
	Mentiras da operação Cabandié		
20/10	Ecos do Dia da Lealdade	20/10	Vídeo de Cabandié
22/10			Críticas a Filmus pelo debate com Solanas e Michetti
23/10			Dia da Lealdade teve 4 atos distintos
24/10			Sobre La Cámpora e o comportamento de Cabandié, Larroque e Recalde
27/10	Análise dos resultados das eleições legislativas	27/10	Não houve programa
29/10	Lei de Meios em plena vigência (sentença da Corte Suprema)		
	Análise das eleições e a "derrota do ganhador"		
	Programa especial, com vários convidados		
30/10			
31/10	Jornalistas vão aos Estados Unidos defender o Clarín		
	Violenta reação do Grupo Clarín		
	Sentença enojou Clarín		
03/11	Fúria do Clarín e desculpas para não cumprir lei	03/11	Editorial de Lanata sobre a Lei de Meios
05/11	Plano de adequação do Clarín contradiz a desapareição de seus meios		Eleições legislativas e o revés de Amado Boudou na Justiça
06/11			Lei de Meios e a AFSCA
07/11			Entrevistas a especialistas de meios
10/11	Alta da presidente e homenagem das redes	10/11	Alta da presidente
			Mensagem das urnas a Cristina

Temáticas tratadas por apenas um dos programas, que nos permite traçar homologias.

Tabela 20 - Temáticas tratadas por apenas um dos programas, que nos permite traçar homologias.

Data	678	Data	Periodismo Para Todos
22-09	Massa 2013 versus Massa 2008	22-09	Guillermo Moreno e o pongui pongui
	Papelão da equipe que checa tudo (Clarín)		Raúl Othacehé, prefeito de Merlo, agressão

			verbal a jornalista do Clarín
24-09	Argentina respaldou Brasil por discurso contra espionagem		
	Eleições 2013. Quem quer debater e quem não		
25-09	Sociedade Rural e Clarín decidiram que Massa não debata?		
	Nova agressão do neoduhaldismo		
26-09	Novos créditos do Plan ProCreAr		
	Massa contra plano de entrega de netbooks		
	Autocrítica de O Globo por apoiar ditadura		
29-09	Ecos do conclave golpista. Elisa Carrió	29-09	Julio Pereyra é prefeito de Florencio Varela há 21 anos num município muito pobre e não prestou informações sobre a Ditadura
			Ameaças sofridas por algumas famílias que falaram ao PPT sobre a "fome de água" em Formosa
01-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS		
03-10	O que dizem sobre os satélites		
	Debates. Clarín mentiu para proteger Massa		
	Conflito por contaminação de Botnia		
06-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS	06-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS
08-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS		
09-10	Clarín ignorou apoio a Cristina no Prêmio Condor		
10-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS		
13-10	Acordo com Banco Mundial. Clarín não gostou	13-10	Lugar de internação de Lanata e de Cristina
			Aníbal Fernández citando Bon Jovi no Senado
			Quantidade de voos privados de Cristina e funcionários próximos
			Situação atual das Aerolíneas Argentinas e as promessas de Mariano Recalde
15-10	Martín Insaurralde com Belén Mosquera, agente de trânsito		
16-10	Eleições 2013. Análise de Enrique Pinti		
	Eleições 2013. Daniel Filmus em Duro de Domar		

	The Telegraph e Clarín. Círculo vermelho da mentira		
	Lanata atacou ao músico Mollo		
	Por trás de Macri e Massa, há Del Sel (humorista)		
	Papelão da Fox sobre internação de CFK		
17-10	De La Sota: narcotráfico e ameaças a jornalistas		
20-10	Utilização política do acidente em Once	20-10	TEMÁTICAS ANÁLOGAS
	Por que os meios não falam do Plan ProCreAr		
22-10	Sem repercussões. Massa bateria no filho de 8 anos		
	Estilos violentos. Massa e o futebol do Tigre		
23-10	A quatro dias das eleições: Daniel Filmus		
24-10	Visitam: Juan Cabandié e Jorge Taiana		
	Os quadros que desprega cada um		
	A 3 anos da morte de Néstor Kirchner, canção de ontem		
27-10	Homenagem a Néstor Kirchner	27-10	NÃO HOUVE PROGRAMA
29-10	Até Massa está de acordo com a sentença		
30-10	Democracia x Corporações		
	Visita Leopoldo Moreau (UCR)		
	30 anos de Democracia		
31-10	O que opina Telenoche sobre Sabbatella		
	Repercussão do programa de ontem		
03-11	TEMÁTICAS ANÁLOGAS	03-11	Como se maneja um grupo para "ganhar as batalhas" nas redes sociais. Denúncia sobre CiberK
			Crescimento do patrimônio pessoal de Sergio Urribarri, governador de Entre Rios
05-11	Operação de Fontevecchia a Lorenzetti		
	Macri e Carrió contra a democracia		
	Nobel Joseph Stiglitz e hegemonia midiática		

	Contradições do clube dos M		
07-11	Operação Magdalena Ruiz		
	Eliashev desconhece rechaço da OEA a Clarín		
	Moyano não pôde com Macri e De Narváez, agora se junta com Massa		
	Lanata não gostou da imitação		
10-11	Aplicação da Lei de Meios e vitimização do Clarín	10-11	Extorsão, lavagem de dinheiro e fuga de capitais. Lázaro Báez, Elaskar e Campagnolli
	Publicista do PRO reivindicou a Hitler		Vinculação do narcotráfico com funcionários do Estado
	Como funcionam os meios tradicionais		

**ANEXO 3** - Lista de acceso a todas as edições analisadas de 6-7-8 e *Periodismo Para Todos* (PPT), de 22 de setembro de 2013 a 10 de novembro de 2013. Data de acesso aos links: 12 de março de 2015.

***Periodismo Para Todos:***

22/09 - <https://www.youtube.com/watch?v=Vv49-QiMO18>  
 29/09 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-24\\_064193](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-24_064193)  
 06/10 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-25\\_064349](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-25_064349)  
 13/10 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-26\\_064488](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-26_064488)  
 20/10 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-27\\_064642](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-27_064642)  
 03/11 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-28\\_064956](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-28_064956)  
 10/11 - [http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-29\\_065111](http://www.eltrecetv.com.ar/periodismo-para-todos-2013/programa-29_065111)

**6-7-8:**

22/09 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/en-primera-persona-2/>  
 24/09 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/lino-baranao-en-678/>  
 25/09 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/el-debate-sobre-las-tomas-de-colegios/>  
 26/09 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/diego-bossio-en-678/>  
 29/09 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/cristina-con-rial-por-678/>  
 01/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/timerman-y-alak/>  
 03/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/limites-a-botnia/>  
 06/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/hebe-en-678/>  
 08/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/fuerza-cristina/>  
 09/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/el-amor-derrota-al-odio/>  
 10/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/la-cientifica-mil/>  
 13/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/cabandie-en-678/>  
 15/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/corporacion-operando/>  
 16/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/todas-las-vozes-3/>  
 17/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/el-debate-politico-2/>  
 20/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/el-accidente-en-once/>  
 22/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/678-debate-modelos/>  
 23/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/los-modelos-en-juego/>  
 24/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/cabandie-y-taiana/>  
 27/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/3-anos-sin-nestor/>  
 29/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/ley-de-medios-constitucional/>  
 30/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/30-anos-de-democracia-3/>  
 31/10 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/sabbatella-en-678/>  
 03/11 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/abal-medina-en-678/>  
 05/11 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/adecuacion-en-marcha/>  
 06/11 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/ejemplo-de-diversidad/>  
 07/11 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/periodismo-in-the-pendiente-2/>  
 10/11 - <http://www.tvpublica.com.ar/articulo/capitanich-en-678-2/>