

PARA VER CRISTINA: A MÍDIA BRASILEIRA, A ARGENTINA E O “EFEITO ORLOFF”

*Luiz Alberto Grijó**

INTRODUÇÃO:

Em fevereiro de 2013 o periódico *Zero Hora*, do grupo empresarial Rede Brasil Sul (RBS), publicou uma espécie de edição especial de um de seus cadernos, denominado “dinheiro”, dedicada à Argentina. Com o título de “bronca”, a série de matérias teve como chamada de capa: “até os anos 1940 candidata a se tornar grande potência internacional, a Argentina enfrenta descrédito externo e diferentes crises internas: econômica, política, social e de autoestima” (*Zero Hora*, 24 de fevereiro de 2013, p. 1). Depois de percorridas as oito páginas do caderno, o que sobressai é o ponto de vista de que o país vizinho é um poço de contradições. Vive entre um passado supostamente glorioso, cujos resquícios são os “edifícios majestosos”, cafés e espetáculos de Buenos Aires, e um presente de pobreza, no qual camelôs nas ruas se misturam a “golpistas e assaltantes” que estão “à solta” (*Zero Hora*, 24 de fevereiro de 2013, p. 4). Já a “classe média” frequentemente se reúne, a partir de combinações nas “redes sociais”, para bater panelas em protestos os mais variados, sendo a “corrupção” seu alvo principal (*Zero Hora*, 24 de fevereiro de 2013, p. 2). Como se trata de um caderno de economia, as questões a ela relativas são destacadas: a relação descolada entre o câmbio “oficial” e o “negro”, a “manipulação” dos índices estatísticos pelo governo através de seu controle sobre o Instituto Nacional de Estatística e Censos (INDEC), o congelamento de preços e a inflação. O cenário bastante desolador se completa com o “cerco à imprensa” que seria realizado pelo governo desde Néstor Kirchner por meio de legislações (*Ley de Medios*) e uma “campanha sem tréguas” (*Zero Hora*, 24 de fevereiro de 2013, p. 7).

* Professor Associado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), atuando no Departamento de História e nos Programas de Pós-Graduação em História e em Ensino de História. Mestre em Ciência Política pela UFRGS e Doutor em História Social pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: luiz.grijó@ufrgs.br.

A última página do caderno especial encerra-o com uma matéria intitulada “ela não quer largar o cetro”. Ao lado, ocupando quase metade da página, está uma foto de Cristina Kirchner, provavelmente da posse no mandato presidencial, mas isso não é referido, segurando nas mãos o bastão cerimonial e portando a faixa presidencial alviceleste da República Argentina. Cristina é chamada de “irascível”, pois “compra brigas, insulta quem bem entende e processa desafetos na justiça”. Seria uma “mulher forte” que teria “conduzido” seu falecido e “inexpressivo” marido ao governo. “Cristina não mede palavras, despreza volteios diplomáticos, fala o que o povo quer ouvir”. Por outro lado, seria também “notória a vaidade de Cristina, não atenuada nem pelo luto”. Ela ainda “desentende-se com os vizinhos Uruguai e Chile, trata mal o Brasil nas relações comerciais, esquecendo-se que necessita de apoio”. A matéria tem em apêndice frases soltas da presidenta, uma compilação atribuída ao jornal argentino *La Nación*, dentre elas, “na verdade, me sinto um pouco Napoleão”, a que melhor sintetiza o conteúdo geral da reportagem (*Zero Hora*, 24 de fevereiro de 2013, p. 8). Ou seja, depois de oito páginas nas quais o leitor se depara com um diagnóstico elaborado pelo jornal sobre as inúmeras mazelas da Argentina, fica a impressão de que senão todas, mas boa parte delas, devem ser atribuídas à megalomania, à prepotência e ao autoritarismo de sua mandatária maior, a presidenta Cristina Kirchner.

Não é preciso retomar aqui o que já tem sido desenvolvido por cientistas sociais e historiadores a respeito do que se pode chamar de poder de agenda (MAC COMBS, 2009) ou de capacidade de mobilização de grupos sociais e de produção e reprodução de visões de mundo (BOURDIEU, 1997; CHAMPAGNE, 1998; CHAMPAGNE, 2003, pp. 63-79; CHAUI, 2006.) por parte dos meios de comunicação sociais. Estes estudos que tendem a conceber o lugar da mídia a partir da noção de campo (BOURDIEU, 1997) ou mesmo como um sistema (LUHMANN, 2005) se baseiam no modo como tal espaço social se desenvolveu no mundo ocidental. Pela posição dominante que este mundo exerceu e ainda exerce no mundo em geral, seu modelo foi se espalhando globalmente e, de um modo ou de outro, sendo

adaptado a situações a ele periféricas como a latino-americana. Em trabalho anterior tive a oportunidade de analisar essa questão, concluindo que, à diferença de outras histórias nas quais é identificável uma autonomia relativa dos espaços de produção midiáticos, no caso do Brasil, isto não ocorre com tamanha evidência, sendo na verdade a relação entre as esferas midiática e, principalmente, da política partidária e da economia muito mais simbióticas do que em outros lugares. Ou seja, é difícil para os agentes da mídia pensarem e pensarem-se preferentemente ou preferencialmente como tais, sendo mais comum suas tomadas de posição e visões de mundo estarem determinadas pela política partidária, quando estão em jogo questões políticas, por exemplo, ou pelo lucro econômico próprio ou de seus empregadores, quando é este o caso. Fica mais complicado nesse contexto separar no jornalismo aquilo que é propriamente jornalismo daquilo que é pura e simplesmente política, ideologia, ou interesse econômico (GRIJÓ, 2014, p. 279-298).

Desse modo, o que é apresentado como sendo uma visão “objetiva” e, eventualmente, como “a verdade”, por parte de um meio de comunicação pode estar sendo de fato informado e conformado por interesses e visões que pouco ou nada têm de jornalísticos. Os efeitos disso podem ser realmente mobilizadores, seja conformando e confortando os grupos e pontos de vista concordantes, normalmente os dominantes, seja desconfortavelmente inconformando os grupos e pontos de vista discordantes, os quais reagem, por exemplo, com manifestações de rua ou postagens “raivosas” em sítios da internet ou nas chamadas “redes sociais”. Evidentemente que tais efeitos não se dirigem diretamente aos objetos em foco, a Argentina, neste caso, embora possam estar concordes com o que esperam e propõem certos grupos de comunicação e grupos políticos argentinos interessados em que seus pontos de vista sejam levados ao mundo, mas ao “seu público”, os consumidores brasileiros de produtos midiáticos, dentre os quais se destaca o que é frequentemente referido como sendo o material neutro e objetivo por excelência que tais meios entregam aos seus consumidores que é a “notícia”.

Sendo assim, o que é desenvolvido aqui não é uma

discussão a respeito da Argentina e suas questões histórico-sociológicas e, muito menos, é travada uma batalha contra as representações propostas pela mídia brasileira a tal respeito. Ou seja, não é o lugar para avaliar se o que é apresentado é verdade ou não, é objetivo ou não, está certo ou errado. A proposta é analisar o modo como a Argentina é apropriada como objeto jornalístico por empresas midiáticas brasileiras. O que é avaliado é o peso que tal apropriação pode ter no Brasil em relação com suas próprias questões internas, suas disputas políticas e ideológicas, e não se tais produtos (reportagens, comentários, notícias) são ou não correspondentes com a realidade histórico-social do país platino.

Para isso foram escolhidas matérias de reportagens e de opinião de duas empresas representativas na área, mas de alcances e amplitudes diferentes, no Brasil: o grupo regional RBS, sediado em Porto Alegre, capital do estado mais meridional da União, o Rio Grande do Sul, mas com importantes ramificações em estados da região sul como um todo; e o Grupo Folha, empresa de comunicação de alcance nacional sediada em São Paulo.

O material recolhido se refere basicamente ao ano de 2011, para o qual se realizou um rastreamento geral pela internet do que foi veiculado sobre a Argentina nos sítios das próprias empresas aqui consideradas. A escolha não foi aleatória, pois em 2011 dois acontecimentos mereceram atenção muito especial dos meios brasileiros: o que foi chamado de “ocupação” de edifícios de propriedade da empresa de TV a cabo *Cablevisión*, do Grupo Clarín, e a aprovação do projeto de lei pelo Senado argentino que alterou as regras de produção, comercialização e distribuição de papel para jornais no país, o que ficou taxado pela mídia como “caso” *Papel Prensa*.

O QUE SE PASSA NA ARGENTINA PARA BRASILEIRO VER:

No ano de 2011 foi constante o aparecimento da Argentina na mídia brasileira. Costumeiramente, esse país frequenta as páginas dos jornais e as telas de computadores e televisores quando se trata de esporte – Messi, a seleção de futebol, os jogos contra times brasileiros na Copa Libertadores da América – ou quando

sobrevem algum “fato ônibus”, destes que podem acontecer em qualquer parte do mundo (BOURDIEU, 1997, p. 23), como as midiaticamente chamadas “tragédias” do tipo incêndio na boate República Cromañón em 2004, ou acidente ferroviário na estação Once em 2012. Muito raramente outras referências aparecem. Em 2011, porém, um assunto foi frequentemente abordado: a relação entre o governo argentino, especialmente sua presidenta, com os grupos de mídia de seu país. Desde o início do ano, ainda em 27 de março, um movimento de protesto trabalhista teria impedido a circulação de alguns jornais portenhos, como *El Clarín*, o qual sairia no dia seguinte com sua capa em branco em alegado protesto pela suposta “violência” sofrida. Veicularam-se também as suspeitas de que os herdeiros das empresas do grupo *Clarín* fossem filhos adotivos, na verdade filhos biológicos de desaparecidos políticos à época da mais recente ditadura civil-militar argentina. Ao longo de 2011 vários outros acontecimentos envolvendo os meios de comunicação argentinos foram noticiados.

Tais matérias e comentários adjacentes tiveram como sentido geral o que foi frequentemente repetido em várias postagens e reportagens do sítio da internet *Folha.com*. No final das divulgações quase sempre aparecia uma “retranca” ou “resumo” com a epígrafe “saiba mais”. Essa retranca inicialmente apareceu como *caput* de uma destas matérias, denominada “Disputa com a mídia marca gestão de Cristina Kirchner”, e buscava historiar ou ilustrar o que estava em jogo nas publicações a respeito: “a intenção do governo argentino de legislar sobre a fabricação e a distribuição do papel para jornais e o estabelecimento da Lei de Serviços Audiovisuais, que determina a abertura do setor, são algumas das questões de disputa entre Cristina Kirchner e os donos dos principais jornais do país” (inicialmente em *Folha.com*, 21 de outubro de 2011 e em várias matérias e postagens sobre o assunto desde 20 de dezembro de 2011 como “saiba mais”). A nota ainda acrescenta um histórico sobre a fábrica de papel, a qual teria sido fundada em 1972 e comprada pelos dois principais jornais argentinos, “Clarín” e “La Nación”, quando da ditadura civil-militar, e depois acrescenta que:

Para a Adepa (Associação de Entidades Jornalísticas Argentinas), os últimos anos foram os mais difíceis para os meios de comunicação argentinos desde a retomada da democracia em 1983.

A entidade alega que jornalistas de meios de comunicação vêm sofrendo “danos pessoais e injúria” por parte de funcionários ou setores ligados ao governo (*Folba.com*, 21 de outubro de 2011).

É significativa a repetição constante dessa “retranca”, a qual sublinha a ideia de que a Argentina passava por um período, desde o fim da “ditadura”, se não de perseguição aos meios de comunicação, ao menos de “anos difíceis” para os veículos e para os seus profissionais, supostamente “perseguidos” por agentes públicos.

O levantamento feito no sítio *Folba.com*, a partir das chamadas publicadas sobre o assunto governo argentino e meios de comunicação ao longo de 2011, dá uma ideia ainda mais clara do sentido do que foi veiculado e com qual intensidade:

Dia/Mês e Hora	Chamada
13/01 – 20:58	Briga política causa fechamento provisório de rede de TV na Argentina
31/01 – 11:28	Jornais destacam pontos de tensão em viagem de Dilma
24/02 – 18:27	TV pública argentina transmitirá 2ª divisão e outros esportes
28/03 – 17:50	Em protesto ao governo, jornal argentino deixa capa em branco
30/03 – 16:57	Na Argentina, Chávez ganha prêmio por defesa da imprensa
31/03 – 08:36	Ministra argentina diz que caso “Clarín” é “show” da oposição
02/04 –	Oposição argentina pede cuidado com a democracia após bloqueio do “Clarín”

15:54	
06/04 – 16:01	Argentina investiga suspeita de extorsão ao jornal “Clarín”
14/04 – 22:05	Argentina vive polêmica devido a decreto contra bloqueio a jornais
28/05 – 07:14	Argentina é hostil com imprensa, diz editor do “Clarín”
05/06 – 08:01	O antikirchnerismo audaz de Beatriz Sarlo
17/06 – 15:48	Filhos adotivos de dona do “Clarín” aceitam fazer exames de DNA
15/07 – 09:14	Mercado do governo argentino fecha banca que vendia “Clarín”
15/07 – 18:57	“TVs para Todos” é a nova arma eleitoral de Cristina Kirchner
15/07 – 23:33	Exame comprova que herdeiros do “Clarín” não foram roubados na ditadura
16/07 – 08:53	Herdeiros do Clarín não são filhos de desaparecidos políticos
17/07 – 07:20	Argentina proíbe oferta sexual em jornais
31/08 – 19:12	Eleições levam a bate boca entre ministro e repórter na Argentina
24/09 – 07:58	Justiça argentina diz que não quer dados pessoais de jornalistas
17/10 – 08:47	Kirchner conquista apoio da mídia argentina com publicidade oficial
21/10 – 20:55	Disputa com a mídia marca gestão de Cristina Kirchner
16/12 – 01:55	Câmara argentina dá ao governo poder sobre papel-jornal

20/12 – 14:58	Empresa do grupo argentino Clarín é invadida por militares
20/12 – 20:51	Aumenta tensão entre governo e imprensa na Argentina
21/12 – 10:43	Governo argentino quer barrar operações da Cablevisión, diz diretor
21/12 – 16:07	Oposição na Argentina convoca diretores de emissora invadida
21/12 – 20:40	Senado argentino vota amanhã lei que torna papel-jornal bem público
22/12 – 07:01	Empresário critica atitude do governo argentino contra mídia independente (Entrevista com Jorge Fontevicchia, proprietário do Grupo Perfil que edita as revistas <i>Caras e Noticias</i>)
22/12 – 19:43	Senado argentino aprova controle do papel-jornal pelo Estado

O conflito é apresentado como sendo entre o governo de Cristina Kirchner e a “mídia”, que é várias vezes adjetivada de “independente”. A insistência é no sentido de fazer crer em um “conflito” constante entre o “governo argentino” e a “imprensa”. Como a “disputa com a mídia marca gestão de Cristina Kirchner”, esta se caracteriza por lançar mão de uma série de expedientes mais ou menos respaldados na legalidade – a este respeito as chamadas e as matérias costumam ser ambivalentes ou passam ao largo de uma discussão mais específica –, tais como: “fechar banca” que vende *El Clarín*, “invadir” empresas de comunicação com seus “militares”, atuar “contra a mídia independente”, “proibir” mesmo que seja a “oferta sexual” – no contexto geral, a ênfase é no “proibir”, não no que é o objeto da proibição –, cooptar com “publicidade oficial”. Trata-se, enfim, de um governo “que é “hostil com a imprensa”.

No mesmo sentido, é também significativo que, além da retranca com o “saiba mais”, são repetidamente publicadas nas matérias duas fotos, ao menos nove vezes ao longo de 2011, que remetem à edição de 28 de março do jornal *Clarín*. Esta foi a edição

que saiu com a capa em branco devido ao protesto patronal contra as ações sindicais que teriam restringido a circulação do jornal. Em uma das fotos aparece um senhor de idade segurando a edição com a capa em branco nas mãos. Na outra aparecem dispostas edições do mesmo dia 28 de março de *Página 12*, de *La Nación* e de um outro jornal que não dá para se identificar junto com a edição de capa em branco de *El Clarín* (*Folha.com*, 2011). O leitor do sítio da Folha, portanto, quase sempre que se fixa em algumas destas matérias sobre a argentina é exposto às tais fotos e à retranca citadas.

O jornal *Zero Hora*, por sua vez, foi muito mais incisivo em suas matérias no sentido de reforçar a visão de uma luta entre o governo argentino, ou entre o casal Kirchner e, especialmente, Cristina, e a “mídia”. A *Cablevisión* teria sido vítima de uma “invasão” policial, em “um novo capítulo da guerra travada pelo governo argentino contra a imprensa”, contra a “mídia, crítica de Cristina Kirchner”. É lembrada a proximidade da votação no Senado Argentino da lei que “expropria” a Papel Prensa e a verso do jornal *Clarín* sobre os acontecimentos destacada (*Zero Hora*, 21 de dezembro de 2011). A matéria traz também um quadro, do tipo daquele “saiba mais” que acompanha as matérias do *Folha.com*. O seu título é: “O cerco de Cristina à mídia”. O tom do jornal sulino é muito mais belicoso do que o da *Folha*. Assim, a relação entre o governo e “os dois principais” jornais do país, *La Nación* e *El Clarín*, é apresentada como uma “briga” que teria se iniciado no governo de Nestor Kirchner, “que propôs uma reforma na lei dos meios de comunicação”. Ao “assumir o segundo mandato, Cristina, deixou claro que tem pressa em impor limites à imprensa”. A relação é apresentada como bem mais que um conflito, é uma guerra: “Cristina Kirchner declarou os jornais Clarín e La Nación inimigos da Casa Rosada”. E se segue um histórico:

- Em 27 de março, sindicatos ligados ao governo impediram os caminhões de sair do parque gráfico do Clarín. O motivo era um suposto protesto de motoristas. Pela primeira vez desde o retorno da democracia, o Clarín

deixou de circular. A medida afetou ainda o jornal esportivo *Olé*, pertencente ao mesmo grupo.

- No dia seguinte, o *Clarín* publicou uma capa em branco.¹

- Na quinta-feira da semana passada, a Câmara dos Deputados aprovou o projeto de lei segundo o qual o governo passa a controlar a fabricação, distribuição e importação de papel jornal.

- O projeto deve ser votado no Senado amanhã. O governo tem maioria para vencer. A lei abre uma brecha para que a Casa Rosada aumente a participação na Papel Prensa – a única fábrica de papel para jornais do país. Atualmente, o grupo *Clarín* e o *La Nación* são os principais acionistas (juntos, têm 71% das ações). O governo tem 27%. Órgãos de imprensa internacionais dizem que, se o governo tomar o controle da produção de papel, só haverá lugar para a imprensa oficial (*Zero Hora*, 21 de dezembro de 2011).

Dois editoriais, um da *Folha de São Paulo* e outro de *Zero Hora*, permitem sublinhar a posição destes meios que mais ou menos diretamente condicionaram o que foi veiculado ao longo de 2011 sobre o assunto como notícias, matérias, postagens e comentários.

O editorial do jornal *Zero Hora* intitulado “A invasão das liberdades” se refere ao que nele é chamado de “invasão policial do prédio da TV a cabo Cablevisión”. Inicia-se com a tentativa de universalização da questão específica que é enfocada: “é muito mais do que uma questão restrita aos cidadãos argentinos a pressão exercida, agora com violência, pelo governo da presidente Cristina Kirchner contra os meios de comunicação do país”, pois “interessa a todos os defensores das liberdades a condenação pública do episódio ocorrido esta semana”. Embora tenha tido como justificativa uma “ordem judicial” que visava investigar uma “suspeita de concorrência desleal”, trata-se de “uma situação que seria absurda em qualquer país democrático”. A disputa é apresentada como “conflitos de mercado entre concorrentes”, os quais não poderiam “ser resolvidos pela truculência policial”.

Para *Zero Hora* foi uma “invasão” que representa a

1

A foto da edição de *El Clarín* com a capa em branco é reproduzida na matéria.

“radicalização” dos “métodos do governo” visando “calar o jornalismo independente, o que inclui outras manobras, como a tentativa de controle estatal absoluto da produção e distribuição de papel para a impressão de jornais”. O editorialista traz o assunto *Papel Prensa* para o mesmo plano da “invasão” da empresa de TV. Do mesmo modo, insiste em que a ação policial, embora alegadamente sob “ordens da Justiça, para cumprir mandados de busca e apreensão”, faz parte de um “espetáculo, com o objetivo de tentar constranger não só o grupo Clarín, mas todos os veículos considerados inimigos por não estarem alinhados com a propaganda do governo”. Para o jornal *Zero Hora*, “preocupa que a agressão à empresa se sustente no pretexto de que foi autorizada por um juiz federal, o que insinua que a tática de sufocar os meios de comunicação pode estar conquistando aliados até mesmo no Judiciário”.

O editorial arremata:

Arroubos autoritários invariavelmente têm a imprensa como alvo. É uma artimanha clássica de governos inseguros, que, assim, amordaçam muito mais a sociedade do que as empresas de comunicação. Pela gravidade do fato e por suas consequências, a invasão da TV, no contexto de iniciativas antidemocráticas que vêm sendo adotadas pela senhora Cristina Kirchner, não pode ser um assunto restrito a interpretações políticas e locais. Deve ser investigada por organismos internacionais de defesa da liberdade de expressão. A imprensa independente mundial, e não só a argentina, foi ultrajada pela ação da polícia governista (*Zero Hora*, 21 de dezembro de 2011, editorial).

O editorial da *Folha de São Paulo*, por sua vez, denomina-se “O papel do ‘Clarín’” e tem como subtítulo “presidente Cristina Kirchner, da Argentina, move campanha contra a imprensa discordante e tenta impor no país a ditadura da maioria”. Em geral, vai no mesmo sentido do editorial de *Zero Hora*, deixando, porém, mais explícito que, “diferente do Brasil, que ao se democratizar exorcizou seu passado populista, na Argentina uma herança petrificada continua a sufocar as instituições políticas”. Para a

Folha, a “recessão devastadora do governo Fernando de la Rúa, forçado a renunciar em 2001” levou a Argentina a um “populismo renitente, ideologicamente dúbio e animado pela nostalgia de um passado mítico”.

Ao insistir no “populismo”, o jornal sociologiza os argumentos de que se nutre para sustentar sua posição, lançando mão de uma categoria, conceitualizada há muito nas ciências sociais brasileiras, especialmente àquelas cultivadas na Universidade de São Paulo (USP), que têm como expoentes muitos ex-membros importantes dos governos Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), como, além do próprio presidente, Francisco Weffort, um teórico e estudioso do populismo no Brasil, e Arthur Giannotti. Isso tem um efeito importante, pois remete a um conceito muito trabalhado para a própria situação brasileira, com um forte apelo e tom pejorativos, sendo que, inclusive, já há proposições no sentido de abandoná-lo para efeitos das análises acadêmicas por seu parco valor heurístico (GOMES, 2001, p. 17-57).

O editorial da *Folha* segue traçando um histórico da assunção do “peronista Néstor Kirchner” à presidência, o qual teria se beneficiado da “avidez mundial por commodities como soja e trigo, tornando-se governante popular”, logrando eleger “com facilidade a mulher Cristina, então senadora, para sucedê-lo”. Cristina, por sua vez, também se beneficiaria da “mesma onda econômica” e se reelegeria para um segundo mandato devido ao seu “carisma de viúva num país cuja história política cultua certo elemento de morbidez”. O resultado é que “se todo governo tende ao abuso do poder, o governo favorecido pela popularidade tende ainda mais”. Assim, “sobreveio o costumeiro cortejo de desmandos de todo governo que pretende exercer a ditadura em nome da maioria: aprovação de leis autoritárias num Congresso obediente, pressões sobre um Judiciário amedrontado, intimidações de todo tipo contra a imprensa e, claro, farta subvenção para periódicos e emissoras dóceis ao poder”. Caracteristicamente “populista”, pois, o caso argentino, no entanto, não seria diferente da “regressão neopopulista que atingiu a Venezuela, a Bolívia e o Equador”.

Esse governo “neopopulista” levou à “guerra de Cristina Kirchner contra a imprensa”, sendo seus “alvos os jornais "La Nación" e "Clarín", sobretudo este último, núcleo do maior grupo de comunicações do país, com predomínio também na TV e internet” e que, de início, “moderadamente simpático aos Kirchner”, findou por se “deslocar” para a “oposição empurrado por um governo que demanda rendição incondicional”. O editorial finda com:

Teve início uma sanha persecutória, cuja desfaçatez nem dissimula o intuito de calar toda voz dissidente. Desde boicotes e investigações fazendárias até a tentativa de tomar da empresa sua fábrica de papel (da qual o governo é sócio minoritário) – tudo em sido tentado contra o "Clarín".

Ainda que acusações de práticas oligopolísticas dirigidas ao grupo possam ter fundamento, o que resta comprovar, ele representa hoje a resistência ao abuso do poder e a promessa de uma democracia de verdade na Argentina (*Folha de São Paulo*, 22 de dezembro de 2011, editorial).

Apesar de ser preciso ter sempre em conta a separação, para efeito de uso como fonte, das diferentes partes ou segmentos que os periódicos diários apresentam, como o que é opinião editorial, opinião de colunistas e, dentre estes, quais são regulares e quais são esporádicos ou sazonais, do que é o noticiário propriamente dito, além de outros recortes possíveis, nesse caso, como em outros tantos, pode ser percebido tanto um efeito de campo, num sentido amplo que congrega a imprensa mundial como um todo e o que os jornalistas individualmente tomados acreditam ser seu ofício, quanto uma espécie de prevenção por parte de duas grandes empresas de comunicação brasileiras, equivalentes em termos empresarias com o Grupo Clarín, quanto ao que poderia acontecer no Brasil, segundo o que elas próprias antecipam ou buscam prever como prevenção, fazendo do caso argentino uma questão universal: "ataque à democracia”.

De modo geral, mais implicitamente no caso das matérias noticiosas e explicitamente no caso dos editoriais, a comparação do caso argentino com o brasileiro é sempre presente. E, sendo

assim, é interessante lembrar de um episódio ocorrido no Brasil na década de 1980. Então, foi veiculada no país uma campanha publicitária de uma vodca de marca Orloff. Na propaganda de televisão, aparecia um sujeito pedindo uma vodca a um garçom. Ele é interpelado por um outro sujeito idêntico a ele próprio, de muito bom humor, vestindo um roupão, como se recém se levantasse da cama pela manhã, que intercepta o copo e diz para o garçom trocar para a vodca Orloff. Estranhando a situação, o primeiro sujeito pergunta ao outro: “quem é você?”. O outro responde: “eu sou você, amanhã”, dando a entender que se tomar Orloff não ficará com ressaca no dia seguinte (vários dos reclames da série podem ser encontrados no sítio *You Tube* na internet).

Numa década na qual os planos econômicos se sucediam tanto na Argentina quanto no Brasil, na mídia e em alguns meios tecnocráticos, especialmente entre os economistas, então figuras carimbadas nos programas televisivos e nas colunas dos jornais, se criou o bordão “eu sou você amanhã” para se referir ao Brasil em relação com a Argentina, pois a última seria sempre pioneira em planos econômicos salvacionistas, políticas públicas ou reformas institucionais que o Brasil seguiria logo depois. Ou seja, a comparação entre os dois países é já antiga na mídia brasileira, sendo que a situação em pauta vai na mesma esteira. Porém, no caso mais recente, o sentido geral mudou, pois a ideia-força não é mais a de que o Brasil seguiria a Argentina, ao contrário, o espelho se inverte e o que é mostrado a esse respeito é que o Brasil não deve ser confundido ou se confundir com a Argentina, embora isso não possa ser descartado.

Com a vitória eleitoral recente, em 2015, do candidato Mauricio Macri no país vizinho, não foram poucos os comentaristas que saudaram o “fim do kirshenismo”. Caio Blinder, colaborador da *Jovem Pan*, abrigada no portal Uol, do Grupo Folha de São Paulo, coloca como título de sua coluna: “Vitória de Macri na Argentina é derrota do lulopetismo e do bolivarianismo” (*Jovem Pan*, 24 de novembro de 2015). Ao que tudo indica, para uma parte substancial da grande imprensa no Brasil, agora se tornava novamente desejável um novo “efeito Orloff” aos moldes daquele dos anos 1980, o que ocorreria pela força no golpe de estado de

2016 que destituiu a presidenta eleita do Brasil Dilma Rousseff e pôs no governo seu então vice-presidente.

A *Folha* sustentar que o Brasil teria já “exorcizado” seu “passado populista”, enquanto que Argentina, Venezuela e Bolívia teriam a ele “retrocedido” sob a forma do chamado “neopopulismo”, aparecia, antes da vitória de Macri, como uma “análise” bastante conveniente. Buscando em uma certa sociologia uspiana a explicação para o que ocorria na Argentina, procurava-se construir uma diferença entre ela e o Brasil que poderia servir como uma espécie de prevenção. Neste caso, a pessoa da presidenta Cristina aparece mais como circunstancial, afinal, é ela a líder populista, e sobressaem-se as condições histórico-sociológicas que teriam levado a América do Sul a um caminho “neopopulista”, por um lado, ou a situações como as do Brasil, não bem definidas, mas que teriam “exorcizado” seu passado “populista”. E isso com o reforço que uma chancela supostamente científica pode caucionar.

Nisto reside uma diferença importante entre o que sustentava o jornal *Zero Hora*, que esposava uma posição bem menos sofisticada em comparação com a do outro grupo empresarial aqui em pauta, e a *Folha de São Paulo*. De modo geral, por critérios estritamente jornalísticos e intelectuais, mas também políticos, a cobertura e as posições assumidas pelo Grupo Folha é muito mais sofisticada do que a do Grupo RBS (entre outras coisas, o primeiro mantinha na Argentina uma correspondente fixa). A RBS parte de uma posição puramente político-ideológica: a liberdade é um valor em si que é ameaçado por governantes moral e eticamente problemáticos. Por isso a insistência na figura pessoal da presidenta argentina. É uma posição que reproduz o discurso político-partidário dominante que busca a demonização dos adversários, seu descrédito, como arma de luta (BOURDIEU, 1989). Já para a *Folha*, o problema é o “populismo” ou o “neopopulismo”, derivado das frustrações populares que fazem o povo se voltar para um líder carismático como alternativa para a salvação de sua própria pele. Trata-se de uma posição mais sofisticada no sentido de lançar mão da sociologia para sustentar que os desmandos e desvios vêm do regime em si e das condições

que o permitem. O governante aparece como foco de crítica e condenação não necessariamente pelo seu caráter, por sua pessoa, mas por ser a encarnação do populismo como sua liderança central.

De qualquer modo, mesmo com essa discordância, em essência ambos os grupos empresarias convergem quanto aos seus objetivos gerais e efeitos políticos pretendidos. Nesse sentido, um outro editorial de *Zero Hora* denominado “mudança de rumo” parece resumir o que seria o receio dos grandes grupos monopolísticos de imprensa no Brasil:

Felizmente, o governo Dilma começa a emitir sinais de que está mudando o rumo do debate sobre o novo marco regulatório do setor de comunicações. Ao que tudo indica, sairão de cena velhos ranços ideológicos, entre os quais a campanha pelo veto à propriedade cruzada de veículos de informação e a obsessão pelo controle social da mídia, e entrarão em discussão temas objetivos como a própria liberdade de imprensa, a qualidade dos conteúdos e o cumprimento rigoroso dos preceitos constitucionais (*Zero Hora*, 31 de janeiro de 2011, p. 18).

Ainda segundo o jornal, isso possibilita a “perda de espaço” para o “discurso radical que flertava com o autoritarismo” em benefício do “viés técnico para a construção de um projeto consistente, que contemple as demandas do público e as necessidades do setor”. O então ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, teria garantido que o assunto ainda se encontrava em estudo e que “não tomará nenhuma decisão antes de fazer consultas públicas”. De qualquer modo, “tudo será submetido ao crivo do Congresso Nacional”. Para o editorialista, o país não deveria perder “tempo e energia com impasses ultrapassados, como o do veto à propriedade cruzada”. Essa parece ser uma questão delicada para o Grupo RBS, proprietária de vários jornais, canais de TV e emissoras de rádio. Assim, o editorial lança mão de argumento “técnico”, pois a “própria tecnologia se encarregou de derrubar este conceito, pois a convergência das mídias fez com que informações, dados e imagens passassem a trafegar

simultaneamente em todas as plataformas”. Deste modo, “já não faz mais sentido analisar a comunicação apenas sob a ótica dos meios tradicionais – rádio, televisão e jornal”. Tudo isso porque o “mundo mudou, os caminhos de acesso à informação e ao entretenimento se multiplicaram”. É assim que seria “coerente” uma “proposta de implantação de um modelo que considere a convergência das mídias”, de modo que a Anatel seria obrigada também a “se atualizar, uma vez que a agência reguladora continua tratando os meios de comunicação de forma isolada”.

O esforço em marcar o suposto “argumento técnico” levaria sim, ainda segundo o editorial do jornal, à necessidade da “revisão do marco regulatório do setor”, mas, nessas novas condições, por si só já estaria dada a “tão falada democratização dos meios, que é regulada pelo próprio mercado”. Assim, “tornam-se absolutamente desnecessários mecanismos estatais de controle, como o polêmico Conselho Federal de Jornalismo que chegou a ser proposto à administração anterior”. Como cerne da argumentação, o editorial sublinha: “o melhor controle social da mídia – como disse mais de uma vez a presidente Dilma Rousseff – é o controle remoto, que dá liberdade ao indivíduo para selecionar os canais que deseja ver e a escolher os veículos que melhor atendem suas demandas”. De onde se advoga que seriam as próprias “empresas de comunicação” que desenvolveriam seus “instrumentos de autorregulamentação” os quais iriam ao encontro de “satisfazer as exigências do público” e “dar transparência às relações com os usuários de seus serviços”.

Para concluir, o editorialista escreve:

É extremamente saudável, portanto, essa mudança da visão retrógrada para um debate objetivo, técnico e desideologizado. Os sinais que vêm sendo emitidos à sociedade pela presidente Dilma Rousseff e pelo ministro Paulo Bernardo são altamente positivos, pois contemplam acima de tudo os interesses do público e do país. A liberdade de expressão não é uma prerrogativa dos meios e dos profissionais de comunicação – é um direito sagrado e constitucional dos cidadãos brasileiros (*Zero Hora*, 31 de janeiro de 2011, p. 18).

Em outros editoriais e matérias essa questão que envolve a “liberdade de escolha” associada à “liberdade de expressão” é constantemente ressaltada. Argumentos supostamente técnicos, embora profundamente políticos e que evitam até mesmo os argumentos legais, ou melhor, evitam uma remissão à legislação do setor, são bradados como forma de evocar uma eventual necessidade de “desideologizar” o debate. A questão da “regulação da mídia”, sob este ponto de vista, deve ser, enfim, da alçada das escolhas individuais e da liberdade de expressão. Nesta representação, as empresas midiáticas são apresentadas como defensoras e interpretes das liberdades contra eventuais, ou persistentes, ameaças do Estado, como no caso de sua forma “deturpada”, o neopopulismo.

Há no Brasil, evidentemente, muitos intelectuais, jornalistas, entidades de classe e sindicais, partidos políticos, inclusive muitos militantes do Partido dos Trabalhadores (PT), ao qual pertencem o ex-presidente Lula da Silva e a presidenta deposta Dilma Rousseff, que advogam a necessidade de que leis mais duras e ações mais decisivas do governo regulem e controlem mais fortemente as atividades nesse setor. Tudo em nome de uma maior “representação” da sociedade nos meios.

Nesta disputa, portanto, é do interesse empresarial, mas também político, das grandes companhias do setor de mídia que sejam sustadas as tentativas e truncados os debates em torno de legislações que venham de encontro a seus interesses. O que fica posto e reforçado é que o que parece ser o grande “problema” enfrentado pela “imprensa livre” na Argentina, poderia também vir a ser um “problema” para ela, segundo ela mesma, no Brasil.

Por isso o tom “marcial” ou “militante” em prol da “imprensa livre” por parte dos grandes grupos midiáticos brasileiros, para os quais ela estaria sofrendo “violências” e “ataques” em uma “guerra” que não teria declarado, mas dela sido vítima, uma vez que poderosos presidentes “populistas”, “violentos”, “revanchistas” assumiram o poder em países vizinhos. As referências fazem lembrar a “guerra contra o crime” ou a “guerra contra as drogas” dos noticiários policiais. O espaço de significações já está estabelecido

e consagrado, basta trocar traficantes e criminosos comuns por políticos populistas e as suas vítimas, os “cidadãos de bem” pela “imprensa livre” e a “sociedade livre”. De um lado a “Liberdade” e a “Sociedade”, de outro o “arbítrio”, a “violência”, o “populismo”. A “imprensa livre” se ergueria como baluarte contra as investidas dos “populistas” candidatos a “tiranos” mais ou menos disfarçados: Cristina Kirchner, Hugo Chávez e Evo Morales, nesse caso indistintos.

COSTURAS FINAIS:

As grandes empresas de mídia brasileiras se engajam em uma luta que é política de defesa de seus interesses empresariais e também de sua proeminência no mercado doméstico de produtos midiáticos os mais diversos. Uma das ideias-forças é a de que liberdade de imprensa é a mesma coisa que liberdade de expressão, sendo ambas os pilares básicos da democracia. Esse trabalho de imposição dessa visão a respeito de seu próprio lugar no mundo é feito diariamente pelos meios de comunicação, contando no mundo político-partidário, no mundo jurídico e no mundo empresarial com importantes adeptos e apoios de todos os lados e posições.

Como não era possível apontar para a Argentina e acusá-la diretamente de “ditadura” ou de “regime autoritário”, como é feito com rapidez e facilidade quando se trata de Cuba, como no caso da chamada “blogueira” Yoani Sánchez, apresentada como uma heroína numa luta sem quartel contra uma ditadura opressora (*Veja*, 27 de fevereiro de 2013, capa), o foco se torna o governante. No caso da Argentina, Cristina Kirchner é que concentrava em si mesma os predicados de quem passava a operar a “perseguição” da “mídia independente”, atentando contra a “liberdade de expressão” e a “democracia”, pois é uma mulher “vaidosa”, “autoritária”, “vingativa”.

Apontar a presidenta da Argentina como a responsável pelo que se está apresentando como perseguição, violência, autoritarismo, arbitrariedade e assim por diante não visava diretamente a Argentina e os efeitos que isso poderia ter lá, mas o

próprio Brasil e a interferência direta nos rumos que poderiam tomar aqui políticas públicas de regulamentação e controle do setor. A vigilância ou o enquadramento do governante se torna essencial, pois, dado o protagonismo que os chefes do Executivo têm no mundo latino-americano no que diz respeito à condução de políticas públicas, assim se pode afiançar que pouco ou nada mudará nessa área de atuação cultural, empresarial e, como é sustentado aqui, política.

Antes mesmo do golpe de estado de 2016, a estratégia dava resultados favoráveis aos interesses dos grandes grupos empresariais de mídia, pois, a se julgar pelo que era manifestado por agentes do governo de então, como o ministro das Comunicações Paulo Bernardo (*Carta Capital*, 03 de abril de 2013, p. 27-31), tais interesses não somente seriam respeitados como contemplados com mais concessões à liberdade de imprensa e à liberdade de empresa como liberdade *tout court*. A relação com a Argentina no momento atual, no entanto, está convenientemente suspensa. Retornando aos noticiários com a vitória eleitoral de Macri, o qual suspendeu os efeitos da *Ley de Medios* e a suposta "guerra" a eles, o país platino logo sumiu do foco dos noticiários em função do que ocorreu no próprio Brasil, um golpe de estado fartamente apoiado e sustentado pela totalidade das grandes empresas do setor midiático no país. A questão é que o receituário neoliberal novamente aplicado na Argentina, o que traria de volta de fato um novo efeito Orlof, pois o mesmo se seguiria no Brasil, têm arrastado aquele país para uma terrível crise social sem solucionar a crise econômica. O governo golpista que se instalou no Brasil segue o mesmo receituário e as consequências absolutamente previstas e previsíveis são as mesmas. O efeito Orlof não tem mais interesse para a mídia brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ABREU, Alzira Alves de, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, KORNIS, Mônica Almeida (org.). *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro, FGV, 2003.

- ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2002.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro, Mauad X, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel J. M. *Crítica metodológica, investigação social & enquête operária*. São Paulo, Pólis, 1987, p. 137-151.
- BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo, Zouk, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. A representação política – elementos para uma teoria do campo político. In: BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa, DIFEL, 1989, pp. 163-207.
- BOURDIEU, Pierre. Os doxósofos. In: THIOLENT, Michel J. M. *Crítica metodológica, investigação social & enquête operária*. São Paulo, Pólis, 1987, p. 153-167.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.
- BRIGGS, Asa, BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2004.
- CHAMPAGNE, Patrick. *Formar a opinião: o novo jogo político*. Petrópolis, Vozes, 1998.
- CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre (org.). *A miséria do mundo*. Petrópolis, Vozes, 2003, pp. 63-79.
- CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2006.
- GOMES, Ângela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. In: FERREIRA, Jorge (org.). *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2001 (pp. 17-57).
- GRIJÓ, Luiz Alberto. A MÍDIA BRASILEIRA NO SÉCULO XXI:

DESAFIOS DA PESQUISA HISTÓRICA In: FERREIRA, Marieta de Moraes; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. (org.). História do tempo presente. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2014, p. 279-298.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Universitário, 2003.

LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo, Paulus, 2005.

MAC COMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Rio de Janeiro, Vozes, 2009.

MARTINS, Ana Luiza, LUCA, Tânia Regina de (org.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo, Contexto, 2008.

MORAES, Dênis de. *Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação*. Rio de Janeiro, Mauad X/Faperj, 2011.

RIBEIRO, Lavina Madeira. *Imprensa e espaço público: a institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964)*. Rio de Janeiro, e-papers, 2004.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Claudia. *História do jornalismo no Brasil*. Florianópolis, Insular, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Graal, 1977.

REFERÊNCIAS FONTES:

Carta Capital. 03/04/2013. São Paulo, Editora Confiança.

Folha de São Paulo. Sítio da internet www1.folha.uol.com.br/fsp, acessado em fevereiro de 2012.

Folha.com. Sítio da internet www1.folha.uol.com.br/mundo, acessado em fevereiro de 2012.

Jovem Pan. 24/11/2015. Sítio da internet <http://jovempant.uol.com.br/opiniao-jovempant/comentaristas/caio-blinder/vitoria-de-macri-na-argentina-e-derrota-do-lulopetismo-e-do-bolivarianismo.html>, acessado em 14 de janeiro de 2016: “Vitória de Macri na Argentina é derrota do lulopetismo e do bolivarianismo”

Vêja. 27/02/2013. São Paulo, editora Abril.

You Tube. Sítio na internet <http://www.youtube.com>, acessado em 8 de abril de 2013: “eu sou você, amanhã. Orloff”.

Zero Hora. Caderno Dinheiro, 24 de fevereiro de 2013. Nas edições impressas citadas constam as páginas e a referência. As demais foram extraídas do sítio na internet www.clicrbs.com.br/zerohora, o qual era de livre acesso em fevereiro de 2012, quando da consulta e recolha do material. Hoje o conteúdo é pago e nem todo ele é mais disponível. Como nesse caso o que é citado é o que foi também publicado em edições impressas, apenas não foi possível referir as páginas destas.