

# Elecciones presidenciales: Brasil (2010) y Argentina (2011).

Un análisis comparativo de la agenda política de las campañas electorales en los telediarios: *Jornal Nacional* (Brasil) y *Telefe Noticias a las 20h* (Argentina)

**Josuel Mariano Da Silva Hebenbrock**

---

TESI DOCTORAL UPF / ANY 2014



Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

# Elecciones presidenciales: Brasil (2010) y Argentina (2011).

Un análisis comparativo de la agenda política de las campañas electorales en los telediarios: *Jornal Nacional* (Brasil) y *Telefe Noticias a las 20h* (Argentina)

**Josuel Mariano Da Silva Hebenbrock**

TESI DOCTORAL UPF / ANY 2014

DIRECTOR DE LA TESI

Prof. Dr. Josep Gifreu i Pinsach

Departament de Comunicació





## **Dedicatoria**

Para Dios



## Agradecimientos

À Deus e a todos que compartilharam para o desenvolvimento desta tese.



## RESUMEN

La cultura política y comunicacional en los países estudiados, Brasil y Argentina, tiene semejanzas y diferencias. Esta investigación compara las agendas políticas de los dos grandes partidos que disputaron las elecciones presidenciales de 2010 (PSDB – PT - Brasil) y 2011 (FPV- FAP- Argentina) con las agendas periodísticas de los dos grandes noticieros televisivos *Jornal Nacional* (Brasil) y *Telefe Noticias a las 20h* (Argentina). Para contextualizar el debate electoral, también se analizan los cuatros grandes periódicos de estos países, *Clarín* y *La Nación* (Argentina) y *O Globo* y *Folha de São Paulo* (Brasil). La investigación muestra cómo periodistas y editores influyen en los electores y determinan condiciones favorables y desfavorables a candidatos o partidos políticos. A través de metodología desarrollada por institutos de Media y Política en Brasil, la investigación reunió elementos cuantitativos y cualitativos para identificar la construcción periodística de los noticieros dentro del escenario político de las elecciones. El análisis de la agenda de los periódicos refuerza la tendencia a una clara parcialidad por determinados candidatos.

**Palabras Clave:** Periodismo político; Elecciones Presidenciales; Argentina; Brasil; Campañas Electorales; Comunicación Política.

## ABSTRACT

The political and communications cultures in the countries studied, Brazil and Argentina, have similarities and differences. This research compares the political agendas of the two major parties that contested the presidential elections of 2010 (PSDB - PT - Brazil) and 2011 (FPV-FAP-Argentina) with the journalistic agendas of the two major TV newscasts, *Jornal Nacional* (Brazil) and *Telefe Noticias a las 20h* (Argentina). In order to contextualize the electoral debate, the four major newspapers in these countries, *Clarín* and *La Nación* (Argentina) and *O Globo* and *Folha de São Paulo* (Brazil) are also analyzed. The research shows how journalists and editors influence voters and determine favorable and unfavorable conditions for candidates or political parties. Using methodology developed by institutes of Media and Politics in Brazil, the research gathered quantitative and qualitative elements to identify the journalistic construction of the news in the political scenario of the elections. Analysis of these newspapers' agendas shows their tendency to be clearly biased in favor of certain candidates.

**Keywords:** Political Journalism; Presidential Elections; Argentina; Brazil; Election Campaigns; Political Communication.



## **Prefacio**

Las elecciones presidenciales tanto en Brasil como en Argentina son cuestiones muy importantes que afectan a casi toda la sociedad. Desde el momento en el que se evidencia el papel que juegan los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Las elecciones eligen quién debe gobernar, quién va a ocupar los lugares privilegiados en el ejercicio del poder, sea el ejecutivo, el legislativo y, a menudo, el judicial, en instituciones del Estado o de la Sociedad Civil. Estos líderes políticos, elegidos o nombrados como representantes de estas instituciones, son considerados, al mismo tiempo, actores políticos y creadores de temas y asuntos que formarán parte de las agendas políticas.

Para Muñoz Alonso (1990: 129), a pesar del poder que poseen los medios de comunicación, las elecciones pueden ser consideradas como un foro comunicativo. Éstas exigen de todos los actores, independientemente de los partidos que representan, un alto valor en materia de comunicación y estrategias. A fin de cuentas, su objetivo principal es comunicar las ideas y propuestas, convencer y emocionar, poniendo en relieve asuntos de interés para la población.

Las elecciones presidenciales en Latinoamérica han sufrido fuertes cambios, ya sea a través de las nuevas tecnologías importadas desde de Europa o desde de Estados Unidos (americanización); o también, a través de nuevas ideologías transmitidas por sus representantes directos (presidentes y ministros). Estas transformaciones se observan durante las elecciones presidenciales de Argentina en el periodo transitorio de Carlos Menem (1989 – 1999), Fernando de La Rúa (2002 -2002), como también de Néstor Kirchner (2003 – 2007) y Cristina Kirchner (2008/2015). Se excluye el periodo dictatorial argentino (1976-1983), durante el cual no se puede hablar de unos medios activos sino ausentes y, al mismo tiempo, comprometidos con el dictador. A partir de la década de los 80 y coincidiendo con el final de la dictadura, empezaron a surgir más iniciativas en los medios de comunicación y nuevos formatos de programas televisivos. Este fue el caso de Telefé-Argentina, conocido como canal 11, que surgió en la década de los '60. Desde la década de los '80 empresas de telecomunicación han invertido en empresas de comunicación de masas - radio y televisión - sean éstas, abiertas o por

canales de pago, facilitando así la creación de nuevas técnicas, las cuales tienen mayor demanda durante el periodo electoral principalmente las ejecutivas.

La dictadura militar brasileña fue muy distinta a la argentina. El golpe fue único y se dio sin resistencia popular. El régimen militar se presentaba con un formato nacionalista de Getulio Vargas y con el apoyo de los EEUU. Ese apoyo fue importante en la obtención de recursos externos para una mayor incorporación de la economía brasileña al sistema capitalista mundial. Los militares brasileños priorizaron algunos sectores estratégicos de la economía, invirtiendo en infraestructura para un desarrollo industrial acelerado y fuertemente controlado.

Con respecto a los medios, el periodo dictatorial en Brasil no ha sido tan negativo como parece. Sin embargo, las nuevas tendencias políticas y electorales que se observaban en EEUU y Europa durante la década de los '50 y '60, no aparecieron o no llegaron durante este periodo al Brasil. La dictadura militar fue formalizada en 1964 y se prolongó hasta 1985 -pasando por un periodo de transición hasta 1988 con la creación de la nueva Constitución, conocida como la "Constitución Ciudadana"- frenó tal proceso, a través de la represión y la censura política.

Los dos primeros gobiernos democráticos de Argentina y de Brasil estuvieron marcados por crisis y polémicas políticas orientadas a la restructuración económica. La deuda externa de los dos países había aumentado mucho durante los regímenes autoritarios y, consecuentemente, los dos países asistían a una reducción muy importante de las inversiones en sus economías.

Como resulta evidente en esta breve explicación, tanto en Argentina como en Brasil el año 1989 estuvo marcado por un gran número de cambios. Teniendo los dos países historias dictatoriales diversas y, concretamente, un atraso en materia de infraestructuras en el caso de Argentina debido a la dura crisis heredada por el gobierno dictatorial, podemos concluir que los dos países estaban intentando afianzarse como países democráticos. Los dos países estaban intentando entrar en lo que hoy llamamos Era

Mediática a través del desarrollo tecnológico en el área de comunicación y esto se hizo evidente en las elecciones presidenciales.

Las elecciones presidenciales de 2010 y 2011 en los dos países estudiados demostraron un fuerte desequilibrio entre las agendas mediáticas y las agendas políticas, como también concluyeron que el poder mediático con su forma de encuadramiento no es el suficiente para elegir un candidato. Han pasado cuatro años desde el pleito electoral brasileño y una vez más en 2014 algunos medios de comunicación como la *Red Globo* y el periódico, *Folha de São Paulo* intentaron, con la redacción de sus noticias, desplazar la candidata gubernamental, Dilma Rousseff. Para algunos científicos políticos la reelección de la candidata del PT fue debido el aumento de la estabilización y el empoderamiento económico, con ganancias significativas en las áreas sociales y económicas, consiguiendo reducir la desigualdad y la pobreza.

Por parte de los medios argentinos, la presidenta, Cristina Kirchner no tiene una gobernanza tranquila. Desde comienzos de 2008, se produjeron una serie de controversias entre el Grupo Clarín y el kirchnerismo. Estas controversias se desarrollaron en distintos ámbitos de los medios de comunicación y repercuten en distintos aspectos de la vida nacional como la cultura, la economía y la política.



## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Justificación de la investigación .....	1
1.2. Objetivos y metodología.....	3
1.2.1. Brasil 1ª y 2ª Vuelta .....	4
1.2.2. Argentina 1ª Vuelta .....	7
1.3. Hipótesis que orientan el trabajo.....	9
<b>2. CAMPAÑAS ELECTORALES Y TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN .....</b>	<b>13</b>
2.1. Teoría de la Agenda Setting .....	13
2.2. Newsmaking.....	30
2.3. Gatekeepers .....	49
<b>3. TELEVISIÓN Y POLÍTICA EN BRASIL Y ARGENTINA..</b>	<b>61</b>
3.1. Red Globo y su influencia en la esfera política brasileña. ....	61
3.2. La Política Mediatizada .....	78
3.3. Telefe - Canal 11 y su aproximación con el poder .....	89
3.4. La política Espectacularizada.....	102
3.5. Conclusión.....	115
<b>4. LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2010 EN BRASIL. ..</b>	<b>119</b>
4.1. Contexto socioeconómico y político.....	120
4.2. Agenda Política del PT .....	130
4.3. Agenda Política del PSDB .....	161
4.4. Agenda Periodística del <i>Jornal Nacional</i> .....	184
4.5. La muestra .....	197
4.6. Relectura de las Campañas Electorales 2010 en la Prensa .....	233
4.6.1. Folha de São Paulo .....	234
4.6.2. O Globo.....	240
4.7. Conclusión.....	247
<b>5. LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2011 EN ARGENTINA.</b>	<b>252</b>

5.1.	Contexto Socioeconómico y Político.....	253
5.2.	Agenda Política del FPV .....	261
5.3.	Agenda Política del FAP .....	277
5.4.	Agenda Periodística de Telefe Noticias a las 20h.....	308
5.5.	La muestra .....	314
5.6.	Relectura de las Campañas Electorales 2011 en la Prensa.....	338
5.6.1.	La Nación.....	339
5.6.2.	Clarín.....	345
5.7.	Conclusión.....	352
<b>6.</b>	<b>DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>356</b>
6.1.	Aspectos generales.....	356
6.2.	Conclusiones relativas a la campaña electoral de 2010 en Brasil.....	359
6.3.	Conclusiones relativas a la campaña electoral de 2011 en Argentina .....	364
6.4.	Similitudes y diferencias entre los dos procesos electorales en los medios ...	368
<b>7.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>373</b>
7.1.	Artículos Científico.....	384
7.2.	Artículos de la prensa argentina .....	385
7.2.1.	La Nación.....	385
7.2.2.	Clarín.....	387
7.3.	Artículos de la Prensa Brasileña .....	389
7.3.1.	Folha de São Paulo .....	389
7.3.2.	O Globo.....	390
<b>8.</b>	<b>ENTREVISTAS .....</b>	<b>393</b>
<b>9.</b>	<b>PELÍCULAS .....</b>	<b>396</b>
<b>10.</b>	<b>ANEXO: Programas de Gobiernos .....</b>	<b>398</b>

## Índice de Cuadros

Cuadro 1	Principales elementos del proceso de la Agenda Setting.	22
Cuadro 2	Resumen del Modelo de Kingdon.	28

## Índice de Tablas

Tabla 1	Presentación de los Documentos de la Agenda Política del PT	131
Tabla 2	Presentación de la Directrices del Programa de Gobierno PT (5.7.2010) Para la campaña electoral de 2010 (1ª Vuelta)	132
Tabla 3	Sitio oficial del Partido PT (1ª Vuelta)	137
Tabla 4	Análisis I de la Agenda del PT (1º Vuelta)	137
Tabla 5	Análisis II de la Agenda del PT en números (1ª Vuelta)	141
Tabla 6	Presentación de las Directrices del Programa de Gobierno del PT (25.10.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (2ª Vuelta)	144
Tabla 7	Sitio oficial del Partido PT (2ª Vuelta)	146
Tabla 8	Folleto.	149
Tabla 9	Cartilla	149
Tabla 10	Nosotros <i>contra</i> Ellos	151
Tabla 11	Análisis I de la Agenda Política del PT (2ª Vuelta)	153
Tabla 12	Análisis II de la Agenda Política del PT en Números (2ª Vuelta)	158
Tabla 13	Primer Discurso (10.4.2010) - Presentación de la Directrices del Programa de Gobierno PSDB (24.6.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (1ª Vuelta)	164
Tabla 14	Segundo Discurso (12.6.2010) Presentación de las Directrices del Programa de Gobierno PSDB (24.6.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (1ª Vuelta)	165
Tabla 15	Presentación de las Directrices y Propuestas Sectoriales del Programa de Gobierno PSDB (2.7.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (1ª Vuelta)	167
Tabla 16	Presentación de las Regiones, Provincias y Prioridades del Programa de Gobierno PSDB (2.7.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (1ª Vuelta)	169
Tabla 17	Sitio oficial del Partido PSDB (1ª Vuelta)	171
Tabla 18	Análisis I de la Agenda Política del PSDB (1ª Vuelta)	173
Tabla 19	Análisis II de la Agenda Política del PSDB en Números (1ª Vuelta)	178
Tabla 20	Sitio Oficial del Partido PSDB (2ª Vuelta)	181
Tabla 21	Análisis I de la Agenda Política del PSDB (2ª Vuelta)	182
Tabla 22	Análisis II de la Agenda Política del PSDB en Números (2ª Vuelta)	183

Tabla 23	Noticieros y Porcentuales de la Muestra 2010 (1ª y 2ª vuelta)	197
Tabla 24	Número y Tiempo de Noticias por Candidatos (1ª Vuelta)	200
Tabla 25	Número y Tiempo de Discurso por Candidatos (1ª Vuelta)	201
Tabla 26	Evaluación de las Noticias por Candidatos (1ª Vuelta)	201
Tabla 27	Análisis I de la Agenda Periodística del Jornal Nacional (13.9.2010 a 2.10.2010) (1ª Vuelta)	213
Tabla 28	Análisis II de la Agenda Periodística del Jornal Nacional en Números (13.9.2010 a 2.10.2010) (1ª Vuelta)	214
Tabla 29	Número y Tiempo de Noticias por Candidatos (2ª Vuelta)	217
Tabla 30	Número y Tiempo de Discurso por Candidatos (2ª Vuelta)	217
Tabla 31	Evaluación de las Noticias por Candidatos (2ª Vuelta)	218
Tabla 32	Análisis I de la Agenda Periodística del Jornal Nacional (11.10.2010 a 30.10.2010) (2ª Vuelta)	229
Tabla 33	Análisis II de la Agenda Periodística del Jornal Nacional (11.10.2010 a 30.10.2010) en Números (2ª Vuelta).	231
Tabla 34	Evolución de la población económica activa, la tasa de desempleo y la PEA ocupada según categoría ocupacional. Argentina, total urbano, periodo 2003-2009.	256
Tabla 35	Presentación de los Documentos de la Agenda Política del FPV	262
Tabla 36	Presentación de la Plataforma Política del FPV para la Campaña Electoral de 2011.	263
Tabla 37	Página web del Partido FPV	268
Tabla 38	Análisis I de la Agenda Política del FPV	270
Tabla 39	Análisis II de la Agenda Política del FPV en Números	274
Tabla 40	Presentación de los Documentos de la Agenda Política de la FAP	279
Tabla 41	Presentación de las Propuestas Centrales del Programa de Gobierno FAP (2011 -2015) para la Campaña Electoral de 2011.	280
Tabla 42	Página Web del Partido FAP	291
Tabla 43	Cartilla FAP	293
Tabla 44	Análisis I de la Agenda Política del FAP	294
Tabla 45	Análisis II de la Agenda Política del FAP en Números	303
Tabla 46	Noticieros y Porcentuales de la Muestra - Elecciones Nacionales Argentina 2011	315
Tabla 47	Número y Tiempo de Noticias por Candidatos	318
Tabla 48	Número y Tiempo del Discurso por Candidatos	321
Tabla 49	Evaluación de las Noticias por Candidatos	322
Tabla 50	Análisis I de la Agenda Periodística del Telefe Noticias a las 20h (3.10.2011 a 21.10.2011)	332

Tabla 51	Análisis II de la Agenda Periodística del Telefe Noticias a las 20h (3.10.2011 a 21.10.2011) en Números	336
----------	---	-----

## Índice de Gráficos

Gráfico 1	Acceso a Internet	121
Grafico 2	Programa ‘Mi Casa, Mi Vida’.	122
Grafico 3	Déficit Público en el Mundo 2010	122
Gráfico 4	Deuda Externa y Baja Reservas	124
Gráfico 5	Análisis III de la Agenda Política del PT en Porcentaje (1ª Vuelta)	142
Gráfico 6	Análisis III de la Agenda Política del PT en Porcentaje (2ª Vuelta)	159
Gráfico 7	Análisis III de la Agenda Política del PSDB en Porcentaje (1ª Vuelta)	179
Gráfico 8	Análisis III de la Agenda Política del PSDB en Porcentaje (2ª Vuelta)	184
Gráfico 9	Análisis III de la Agenda periodística del Jornal Nacional (13.9.2010 a 2.10.2010) en Porcentaje (1ª Vuelta).	215
Gráfico 10	Análisis III de la Agenda Periodística del Jornal Nacional (11.10.2010 a 30.10.2010) en Porcentaje (2ª Vuelta)	232
Gráfico 11	Análisis III de la Agenda Política del FPV en Porcentaje	275
Gráfico 12	Análisis III de la Agenda Política del FAP en Porcentaje	304
Gráfico 13	Análisis III de la Agenda periodística del Telefe Noticias a las 20h (3.10.2011 a 21.10.2011) en Porcentaje	336

## Índice de Imágenes

Imagen 1	Telefe Noticias: Rodolfo y Cristina	31
Imagen 2	Telefe Noticias: Candela	31
Imagen 3	Conductor NE TV 2ª	52
Imagen 4	Senador	52
Imagen 5	TV Globo	52
Imagen 6	Periódicos Pernambucanos	53
Imagen 7	Conductor: Cid Moreira	70
Imagen 8	Político: Leonel Brizola	70
Imagen 9	Presidenciables	85
Imagen 10	Invitados	85
Imagen 11	Debate electoral en la TV – Globo	87
Imagen 12	Rodolfo Barili entrevista Néstor Kirchner	99
Imagen 13	Francisco Mármol entrevista Cristina Fernández Kirchner	100

Imagen 14	Columnista Adrián Ventura / La Nación	101
Imagen 15	Cristina Kirchner en la ONU	109
Imagen 16	Rodolfo Barrili en las Malvinas	109
Imagen 17	Folleto – para la gente seguir cambiando el Brasil	148
Imagen 18	Folder - para el Brasil seguir cambiando	148
Imagen 19	Cartilla – 13 razones para votar a Dilma	148
Imagen 20	Dilma Rousseff / Lula	151
Imagen 21	José Serra/ FHC	151
Imagen 22	Las Madres de Plaza de Mayo	259
Imagen 23	Manifestación de Estudiantes	260
Imagen 24	Manifestación del CAT	260
Imagen 25	Candidatura oficial de Hermes Binner	293

### **Índice de Figuras**

Figura 1	Noticia 20.10.2007	114
Figura 2	La Nación 1.9.2011	114
Figura 3	Clarín 1.9.2011	114
Figura 4	Veintitrés 29.9.2011	114
Figura 5	La Nación 23.9.2011	114
Figura 6	Época 1.3.2010	115
Figura 7	Veintitrés 29.9.2011	115
Figura 8	Noticias 22.10.2011	115
Figura 9	Veintitrés 20.10.2011	115
Figura 10	Veintitrés 20.10.2011	115
Figura 11	Analfabetismo en Brasil	121
Figura 12	Economía Mundial en 2011	125
Figura 13	Brasil entre el G 20 con mayor solidez fiscal	126
Figura 14	Elecciones 2010 - Caso Erenice Guerra	129
Figura 15	Cartel en el centro de Buenos Aires.	328
Figuras 16	Fuerza Cristina	329

## Índice de Abreviaturas

<b>ABC</b>	American Broadcasting Company
<b>ABRT</b>	Asociación Brasileña de Radio y Televisión
<b>ACM</b>	Antônio Carlos Magalhães
<b>AIR</b>	Asociación mundial de periódicos y editores.
<b>ATS</b>	Average Time Spent
<b>BB</b>	Banco do Brasil
<b>BNB</b>	Banco do Nordeste do Brasil
<b>BNDES</b>	Banco Nacional de Desenvolvimento
<b>BRIC</b>	Brasil, Rusia, India y China
<b>CBS</b>	<i>Columbia Broadcasting System</i>
<b>CEF</b>	Caixa Econômica Federal
<b>CFK</b>	Cristina Fernández de Kirchner
<b>CGU</b>	Controladoria Geral da União
<b>CIA</b>	Central Intelligence Agency
<b>COMPESA</b>	Companhia Pernambucana de Saneamento
<b>Confecom</b>	Conferência Nacional de Comunicação
<b>CONICET</b>	Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
<b>CPI</b>	Comissão Parlamentar de Inquérito
<b>CUT</b>	Central Única dos Trabalhadores
<b>DEM</b>	Democratas
<b>ESG</b>	Escola Superior de Guerra
<b>FAP</b>	Frente Amplio Progresista
<b>FHC</b>	Fernando Henrique Cardoso
<b>FIPP</b>	Comité Mundial de Libertad de Prensa.
<b>FMI</b>	Fondo Monetario Internacional
<b>FPV</b>	Frente Para la Victoria
<b>IBAD</b>	Instituto Brasileiro de Ação Democrática
<b>IBAS</b>	India, Brasil y África del Sur
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>ICS-UL</b>	Instituto de Ciências Sociais/ Universidade de Lisboa
<b>IFET</b>	Instituições Federais de Educação e Tecnologia

<b>IFT</b>	Instituto Federal Tecnológico
<b>Indec</b>	Instituto Nacional de Estadística y Censos
<b>INPC</b>	Índice Nacional de Precio al Consumidor
<b>INSPER</b>	Instituto de Ensino e Pesquisa.
<b>IPES</b>	Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais
<b>ITI</b>	Índice de Transparencia Internacional
<b>ITV</b>	Instituto Teotonio Vilela
<b>JN</b>	Jornal Nacional
<b>MERCOSUR</b>	Mercado Común del Sur
<b>MPF</b>	Ministério Público Federal
<b>NBC</b>	National Broadcasting Company
<b>OAB</b>	Ordem dos Advogados do Brasil
<b>ONU</b>	Naciones Unidas
<b>PAC</b>	Programa de Aceleração do Crescimento
<b>PCO</b>	Partido da Causa Operária
<b>PDS</b>	Partido Democrático Social
<b>PEA</b>	Población Económicamente activa
<b>PF</b>	Policia Federal
<b>PFL</b>	Partido da Frente Liberal
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto.
<b>PJ</b>	Partido Justicialista
<b>PJN -Ar</b>	Poder Judicial de la Nación Argentina
<b>PMDB</b>	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
<b>PNAD</b>	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
<b>PP</b>	Partido Popular
<b>Previ</b>	Fondo de pensiones para los empleados del Banco del Brasil
<b>PROJOVEM</b>	Programa Nacional de inclusão de Jovens
<b>PRONASCI</b>	Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania
<b>ProUni</b>	Programa Universidades para todos.
<b>PSB</b>	Partido Socialista Brasileiro
<b>PSDB</b>	Partido da Social Democracia Brasileira
<b>PSOL</b>	Partido Socialismo e Liberdade

<b>PT</b>	Partido dos Trabalhadores
<b>PTB</b>	Partido Trabalhista Brasileiro
<b>PTRB</b>	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
<b>PUC- SP</b>	Pontifício Universidade Católica de São Paulo
<b>PV</b>	Partido Verde
<b>SIP</b>	Sociedad Interamericana de Prensa
<b>SISAN</b>	Sistema Nacional de Seguridad Alimentar y Nutricional.
<b>STF</b>	Supremo Tribunal Federal
<b>SUS</b>	Sistema Único de Saúde
<b>TCU</b>	Tribunal de Contas da União
<b>TDE</b>	Toma directa editada
<b>TD</b>	Toma directa
<b>TRE/ES</b>	Tribunal Regional Eleitoral / Espírito Santo
<b>TSE</b>	Tribunal Superior Eleitoral
<b>UBA</b>	Universidad de Buenos Aires
<b>UBS</b>	Unidades Básicas de Saúde
<b>UCRP</b>	Unión Cívica Radical del Pueblo
<b>UE</b>	Unión Europea
<b>UNASUL</b>	União das Nações Sul-Americanas
<b>UPA</b>	Unidade de Prontos Atendimentos
<b>UPI</b>	United Press International
<b>UPP</b>	Unidade de Polícia Pacificadora
<b>USP</b>	Universidade de São Paulo
<b>VT</b>	Cinta de Video



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Justificación de la investigación

El proceso de acercamiento entre la Argentina y Brasil, iniciado en 1985, se ha acelerado durante las casi tres últimas décadas, principalmente en los temas económicos y comerciales, pero también, aunque en menor medida, en los temas de política exterior y defensa. En la dimensión político-estratégica, la relación argentino-brasileña ha sido de gran trascendencia para ambas naciones. Los dos países mantuvieron, en diversos periodos históricos, una rivalidad por el predominio en la Cuenca del Plata y competieron durante muchos años por establecer un liderazgo político regional en América del Sur (BANDEIRA, 20013).

Según (RUBIM, 2010) en el mundo *glocalizado*, es decir, permeado por los flujos culturales globales y locales, las relaciones entre las naciones se están intensificando, especialmente aquellas que comparten pactos regionales, y orientaciones más próximas. La justificación de este trabajo comparativo se hace por tratarse de dos países de América del Sur con diferencias y similitudes en sus sistemas políticos, electorales y de medios de comunicación. En primer lugar, me gustaría aclarar la importancia de los dos procesos electorales 2010/2011 para esta tesis. En Brasil, después del proceso dictatorial que terminó en 1985, el primer partido de izquierda en asumir el poder fue el PT-Partido dos Trabalhadores en 2002, con el ex presidente Lula, el cual tuvo como secretaria de gobierno a la actual presidente, Dilma Rousseff. La importancia de este proceso electoral, se da por el hecho de que, por primera vez en la historia del país, una mujer se candidateó como presidente del Brasil y porque un partido de izquierda se perpetuó en el poder por más de una década en la legislatura durante el periodo de redemocratización. El proceso electoral de 2010 en Brasil fue permeado por escándalos políticos, que ya se arrastraba desde el primer mandato de Lula (*Mensalão* o escándalo de las mensualidades), como también, el Caso Erenice Guerra, la sucesora de Dilma en el Ministerio de Gabinete, y temas mediáticos como: aborto y relaciones políticas.

En el caso del proceso electoral en Argentina, el kirchnerismo ha hecho cambios importantes en la vida social del país desde la entrada de Néstor Kirchner en 2003, asegurando así, la elección en 2007 de Cristina Kirchner y su reelección en 2011 para la

Casa Rosada. El problema de la candidata con los medios de comunicación, los sindicalistas y con las empresas internacionales no le sacaron la cantidad de votos suficientes para no ser electa presidente de los argentinos 2011. Los dos procesos electorales en comparación interesan desde diferentes puntos de vista:

- Por tratarse de dos países sudamericanos que pasaron por procesos dictatoriales.
- Por tratarse de dos mujeres intentando asumir el poder de dos grandes naciones sudamericanas.
- Dos partidos de izquierda intentando la reelección.
- Dos candidatas que enfrentaron escándalos políticos en sus legislaturas.
- Dos candidatas que buscaron a través de temas sociales enfrentar los grandes conglomerados de comunicación.

Este trabajo de investigación no se justifica solamente por tratarse de pleitos electorales en América del Sur, sino por ser dos grandes naciones que representan el mayor bloque económico de esta región, el Mercosur, como así también dos grandes conglomerados de comunicación, Red Globo y Telefe. Tratándose de resultados de las campañas políticas en análisis, referente a los medios de comunicación, se concluye que aunque el candidato apoyado por la Globo no haya ganado las elecciones, el poder de la Globo ha hecho que las elecciones vayan a la 2ª vuelta en Brasil. Como resultado de Argentina se observa que los medios impresos (*Clarín* y *La Nación*) no tuvieron el mismo poder de decisión frente al televisivo, Telefe.

Como dice Zukernik (1999), actualmente la relación entre partidos políticos (políticos) y medios de comunicación (periodistas) exhibe, como pocas veces antes, una clara ventaja a favor de estos últimos. Sin embargo, el autor deja claro que esta visión corresponde a la de ciertos analistas que buscan colocarnos en la antesala de mediocracia,<sup>1</sup> Para Zukernik, se trata de una caracterización exagerada del poder mediático que busca explicar la posibilidad de un efectivo gobierno de los medios frente a una democracia debilitada por los desaciertos de sus dirigentes. Las palabras de Zukernik permiten entender que la relación entre Medios y Política no es tan armoniosa

---

<sup>1</sup> Véase Traquina (2001) y Mesquita (1996).

como plantea Verbitsky (1998)<sup>2</sup> en la cita abajo. “Los políticos tienen lo que buscan los periodistas – información; y los periodistas tienen lo que buscan los políticos – ‘tinta y tiempo en el aire’.”

## 1.2. Objetivos y metodología

La investigación pretende examinar la agenda y el debate electoral de las elecciones presidenciales ocurridas en Brasil 2010 y Argentina 2011 y el papel determinante que jugaron la televisión y los principales diarios. Para analizar, evaluar y comparar el rol de los medios estudiados se han aplicado técnicas derivadas de la metodología de encuadramiento (*framing*). Se han adoptado los tres criterios clásicos de evaluación -- positiva, negativa y neutra<sup>3</sup>-- para medir el papel que jugaron los grandes medios de comunicación (TV e impresos), tanto en Brasil (2010), como en Argentina (2011). Estos criterios son utilizados por centros de investigación como el laboratorio de investigación en Comunicación Política y Opinión Pública - DOXA – del IUPERJ<sup>4</sup> - y NEAMP<sup>5</sup> y se basan en la definición de encuadramiento del estudioso, Robert Entmann<sup>6</sup>. Este método de análisis puede ser aplicado a los dos países investigados. Incluso dentro de esta

---

<sup>2</sup> II Encuentro Nacional de Estudio de Comunicación Política. A partir de este encuentro fue publicado el libro. *Mídia e Eleições 98*. Antonio Albino Canelas Rubim (Org.), Edições FACOM, Editora UFPB, 2000.

<sup>3</sup> Los investigadores Del Doxa califican las evaluaciones de acuerdo con la fuerza de las materias periodísticas relacionadas con las candidaturas. Para los estudiosos, los criterios son: Positiva – cuando la materia periodística sobre determinado candidato reproduce sus promesas, programas de gobierno, declaraciones o ataques a concurrentes. Incluyen materias que destacan los resultados favorables de investigaciones de intención de voto; Negativa: cuando la materia periodística reproduce rectificaciones, críticas o ataques de candidatos concurrentes o de terceros al candidato. Incluyen materias que destacan los resultados desfavorables de investigación de intención de voto; Neutra: cuando la materia periodística restringe la presentación de la agenda del candidato o citas sin la evaluación moral, política o personal sobre los candidatos. Dentro del sistema de trabajo de los diarios impresos, el Laboratorio aún da la siguiente orientación: 1. Cuando una materia tiene elementos positivos y negativos, prevalece: positiva, si hay más elementos positivos que negativos; negativa, si hay más elementos negativos que positivos; neutra, si hay equilibrio entre los elementos positivos y negativos. Disponible en: [www.doxa.iuperj.br](http://www.doxa.iuperj.br). Acceso en 30.03.2012.

<sup>4</sup> Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro.

<sup>5</sup> Núcleos de Estudos em Artes, Mídia e Política da PUC – Pontifício da Universidade Católica de São Paulo. Hay otros centros de investigaciones en Brasil que analizan los estudios electorales como: CULT – Centro de Estudos Avançados de Cultura, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia y el Observatório Brasileiro de Mídia, asociado de los medios Watch Global.

<sup>6</sup> En el texto *Framing: Toward Clarification of a fractures paradigm*, in M. Levy and Gurevitch, eds *Defining Media Studies*. New York: Oxford University, p. 331. Entmann define encuadramiento como: seleccionar ciertos aspectos de la realidad percibida y tornarlos salientes en el texto de comunicación de forma a promover la definición particular de un problema, de una interpretación causal, de una evaluación moral, y/o la recomendación de tratamiento para el tema descrito.

perspectiva, se espera que se investigue cómo establecen los noticieros su agenda temática y el sistema de clasificación utilizado por ellos.

En Brasil, con este método evaluativo se mostró que el informativo, *Jornal Nacional* y los periódicos, *Folha de São Paulo* y *O Globo* fueron parciales en relación a las entrevistas, debates y en su forma de publicar las noticias tanto en la 1ª como en la 2ª vuelta en relación a la candidata del PT- Partido dos Trabalhadores. A través de este método, analizando los otros pleitos electorales y el cambio de comportamiento entre la 1ª y 2ª vuelta, se puede concluir una vez más, que los medios de comunicación (*O Globo* y *Folha de São Paulo*) no solamente estuvieron a favor de la ‘derecha’ como posicionamiento político, sino que siempre buscaron estar al lado del ‘poder’.

Por parte de la Argentina, este método evaluativo mostró puntos importantes en describir que no todos los medios de comunicación estaban en contra de la candidata Cristina Kirchner. Se observa en la evaluación del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* que este informativo empezó el periodo analizado (3.10.2011 al 21.10.2011) ‘blindando’ a la candidata, es decir, no publicó ningún tipo de noticias en contra o a favor de Cristina. Esto llegó a ocurrir tan sólo en el último día de la segunda semana. Particularmente en Argentina, se nota una gran discrepancia en las evaluaciones entre el medio televisivo y los impresos. En Telefe no hubo debates o entrevistas, pero las noticias cubiertas y los comentarios fueron siempre casi todos favorables a la candidata del FPV- Frente para la Victoria.

### **1.2.1. Brasil 1ª y 2ª Vuelta**

El análisis de las dos vueltas en Brasil toma como base documentos que resumen las ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendidas por los candidatos, con objetivo de delinear la agenda política de las campañas. Por parte de los brasileños PT- Partido dos Trabalhadores y PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira se observa que el partido de los trabajadores ha pautado su campaña política arriba de cuatro puntos principales, es decir, en la primera vuelta (13.9.2010 2.10.2010) los temas; Derechos Humanos/democratización de la comunicación y relaciones internacionales/política internacional, sumaron juntos 57 componentes, lo que llega al

porcentaje de 28% de su agenda. En el periodo que corresponde a la segunda (11.10.2010 al 30.10.2010) vuelta<sup>7</sup> los temas ciencia, desarrollo / tecnología, y social sumaron juntos 80 componentes y alcanzaron 24% de la agenda política del PT.

De acuerdo con los números de la agenda política del PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira, en este mismo periodo (1ª vuelta), la campaña socialdemócrata también se basó en cuatro puntos principales, los temas familiares con 57 componentes, infraestructura con 32, la categoría Ellos *contra* Nosotros con 26 y salud con 25. Todos representaron un total de 43% de la agenda. En la 2ª vuelta las categorías ellos *contra* nosotros y elecciones sacaron respectivamente 14 componentes, es decir, un total de 28 y representaron 66%. En este mismo periodo, la categoría escándalos políticos se quedó en tercer lugar con 9 componentes y representando 22% e infraestructura alcanzó la media de 5 componentes y representó 12% de la agenda.

Para entender el acompañamiento de las campañas políticas por parte del noticiero, *el Jornal Nacional* (Brasil) fueron estudiadas 27 horas, concretamente, 36 ediciones, con un total de 1.620 minutos de grabación. El periodo brasileño analizado fue del 13.9.2010 al 2.10.2010 (1ª Vuelta) y del 11.10.2010 al 30.10.2010 (2ª Vuelta), cubriendo un total de 6 semanas de estudio.<sup>8</sup> En la primera vuelta, el noticiero fue dividido en tres partes, es decir, entrevistas, debate e informativo. En las entrevistas hubo temas específicos para cada actor político, aun así, algunos temas fueron debatidos por los dos candidatos, como por ejemplo: Aborto y Relaciones Políticas. En el debate, los temas fueron direccionados para los dos candidatos. Ahora, en el informativo, los temas eran presentados de formas confrontables entre los dos candidatos. El resultado de este apartado muestra que los cinco temas más publicados por este informativo fueron sobre: política sociales, inversión en infraestructura, corrupción, campaña política y el caso Erenice Guerra. Las tres primeras categorías conjuntas sumaron un

---

<sup>7</sup> Estas fechas corresponden a la fase más caliente de las elecciones, es decir, las últimas tres semanas del pleito electoral.

<sup>8</sup> El noticiero brasileño, *Jornal Nacional*, es exhibido de lunes a sábado, normalmente de 20:15 a las 21:00 horas, pero este horario cambia de acuerdo con la localización de la provincia, por Brasil tener cuatro fusos horarios. As veces, también puede empezar a las 20:00 y terminar a las 20:45, pero siempre tendrá 45 minutos de duración.

total de 27 componentes, es decir 33% de la agenda periodística. Por otro lado, las dos últimas categorías sumaron juntas, 14 componentes y representaron 17%.

En el apartado de la muestra de la 1ª vuelta se observa que de las 92 noticias periodísticas, la candidata del PT- Partido dos Trabalhadores se quedó con más de 66%, es decir, con casi 64 minutos del tiempo de las noticias. Por otro lado, el candidato, Serra obtuvo casi 34%, o sea, logró más de 11 minutos. En la tabla de evaluación de las noticias, se observa que incluso Dilma Rousseff, teniendo una gran cantidad de noticias, no significó algo positivo. De las 61 noticias, 43 fueron clasificadas como negativas, 8 neutras y apenas 10 fueron positivas.

En la 2ª vuelta, el informativo siguió el mismo formato, es decir, entrevista, debate y noticiero. El *Jornal Nacional* en la segunda etapa de las elecciones dio más importancia a los temas: políticas sociales, inversiones en infraestructura y campaña política. Estos tres temas sumaron al total 39 componentes y representaron 36% de la agenda periodística. Otros temas que también ganaron evidencia fueron, el caso Erenice Guerra y Corrupción. Este último con 10 componentes y el penúltimo con 9, sumando los dos un total de 18% en la agenda del *Jornal Nacional*.

En el apartado de la muestra de la 2ª vuelta, observase que de las 56 noticias publicadas por el noticiero, *Jornal Nacional*, Dilma Rousseff continuó ganando en números y en tiempo de las noticias contra el candidato del PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira. La candidata se quedó con 58,92% y alcanzó casi una hora de visibilidad, contra media hora de Serra y 41,07%. Pero esta ventaja en la cantidad de las noticias y en el tiempo, no representan una supremacía de Dilma sobre Serra si miramos la tabla sobre el número y tiempo de discurso. De las 33 materias periodísticas de Dilma, ella discursó en apenas 3 de ellas, por otro lado, Serra ha tenido 14 discursos, es decir, el candidato del PSDB- Partido da Social Democracia Brasileira tuvo prácticamente 3 minutos y 5 segundos y Dilma apenas 41 segundos. En la tabla evaluativa se observa la discrepancia entre los candidatos. De las 33 noticias de Dilma apenas 17 fueron positivas y 3 neutras, es decir, 13 fueron negativas y corresponde a casi 40% del total de

las noticias. Por parte de Serra de las 23 noticias, 65,21 fueron positivas, 26,08 negativas y 8,69 neutras.

Como forma de un equilibrio por parte de la prensa, también se buscó acompañar más de cerca lo que los dos grandes periódicos brasileños, ‘*O Globo*’ y ‘*Folha de São Paulo*’ habían publicado sobre las elecciones presidenciales de 2010 en su apartado de política. La fecha analizada fue la misma que en Argentina, cambiando apenas el año del análisis, que en Brasil corresponde a la fase pre-electoral brasileña o pos-convención. Los temas centrales de los periódicos en este periodo fueron: Escándalos políticos, corrupción y clientelismo. Temas como el dossier del PT- Partido dos Trabalhadores, Escándalo del organismo tributario del Brasil, Ficha Limpia, denuncias, ofensas y la relación del PT con las Farc; son temas que de una forma u otra, evalúan a Dilma o al PT en forma negativa.

### **1.2.2. Argentina 1ª Vuelta**

Por parte de los argentinos se puede decir que las elecciones nacionales de 2011 ocurren en un periodo de estabilidad económica, pero de una inestabilidad junto a los medios de comunicación en relación al partido oficial, FPV- Frente para la Victoria. Diferente de Brasil, la Argentina tuvo apenas una vuelta y su periodo analizado fue de 3.10.2011 al 21.10.2011. La agenda política del partido, Frente para la Victoria estuvo ubicado arriba de 4 puntos principales que fueron: social con 24 componentes y representando 15% de la agenda, Ellos *contra* Nosotros con 20 componentes y contabilizando 12% y por final, las categorías elecciones y alianza política que sumaron juntos 36 componentes y representaron 22% de su agenda. Vale resaltar que esta agenda contó apenas con documentos primarios para el análisis.

La agenda del partido FAP- Frente Amplio Progresista está formada por documentos primarios y un documento secundario. El candidato a presidente Binner en su agenda política ha dado privilegio a algunos temas que se destacaron en la agenda del FPV- Frente para la Victoria, como: la categoría elecciones que sacó 32 componentes y representó 14% de la agenda. Otras categorías que también sobresalieron fueron: vivienda/hábitat con 22 componentes y representó 9% y las últimas dos categorías

fueron: política nacional y un mejor Estado/instituciones políticas. Estas dos categorías juntas sumaron 37 componentes y alcanzó 16% en la agenda del partido.

Para entender el acompañamiento de las campañas políticas por parte de la agenda periodística del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*<sup>9</sup> (Argentina) fueron analizadas 15 horas, concretamente, 15 ediciones, con un total de 900 minutos de grabación. El periodo argentino investigado fue del 3.10.2011 al 21.10.2011, cubriendo un total de 3 semanas de estudio. Este apartado contó con análisis de entrevistas, comentarios e contenidos. La grilla del noticiero fue compuesta por nueve categorías, pero se observa que entre ellas, 38 de los componentes son resultados de la categoría, intereses humanos, la cual representó 21% de la agenda. En segundo lugar, quedaron las categorías social y comentarios, las cuales juntas sacaron 58 componentes, o sea, 32% de la grilla. Los temas electorales, en las tres semanas de análisis sacaron 23 componentes, es decir, 6 a más que deporte, la cual sacó 17. Las dos categorías en conjunto sumaron 23%.

En el apartado de la muestra fue utilizado el mismo criterio de evaluación de las elecciones presidenciales brasileñas de 2010. En el total de 13 noticias, la candidata oficialista sacó 9 y su concurrente 4, o sea, Cristina representó casi 70% y tuvo 1 hora y 15 minutos de durabilidad en las noticias. Observando la tabla 48, donde trata de números y tiempo del discurso de los candidatos en las noticias, se puede ver que Cristina dio un discurso en 6 y Binner apenas en 2. Pero, la gran diferencia entre los candidatos es notable cuando se observa el tiempo de los discursos, donde de 16 minutos y 57 segundos, Cristina tuvo 78,4% y Binner apenas 21,6%. Analizando las evaluaciones, el posicionamiento del noticiero a favor de Cristina es más notable. De las 13 noticias periodísticas, la candidata del FPV sacó 7 positivas y 2 neutras, por otro lado, Binner, FAP – Frente Amplio Progresista, se quedó con 2 positivas, 1 negativa y 1 neutra.

En el análisis de la cobertura dada por la prensa argentina en las elecciones nacionales de 2011, podemos concluir que los periódicos jugaron un papel clave en el proceso electoral por provocar la discusión, exhibición y plantear problemas relevantes. En el

---

<sup>9</sup> El noticiero argentino, *Telefe Noticias a las 20h* se exhibe de lunes a viernes y tiene 60 minutos de duración. Su presentación comienza a las 20:00 y termina a las 21:00.

análisis se observa que muchos de los reporteros, editores y comentaristas no hicieron una cobertura imparcial. Con esto, podemos afirmar que los candidatos no tuvieron el mismo tratamiento. Los análisis concluyen que todas las noticias publicadas por el diario, *Clarín* fueron negativas para la candidata del FPV- Frente para la Victoria, apenas dos noticias fueron neutras en el diario, *La Nación*. Pocas noticias fueron publicadas sobre el candidato de la oposición y cuando eran publicadas tenían las características positivas o neutrales en los dos periódicos.

El resultado - La investigación entre los dos noticieros sumó un total de 51 piezas periodísticas, 9 semanas, o sea, 42 horas, totalizando 2.520 minutos. El número de materias analizadas fueron 168.

### **1.3. Hipótesis que orientan el trabajo**

La centralidad de los medios, tanto en Brasil y Argentina como en otras democracias latino-americanas de la década de ochenta es incuestionable. La presidente Cristina Kirchner llegó a expresar que los medios en su país no ocupaban la cuarta posición (el cuarto poder) y sí la primera o la segunda, emplazándolo entre el poder ejecutivo y judicial (*Clarín*, 11.2.2009). Este trabajo de investigación cuestiona el encuadramiento dado por los noticieros, *Jornal Nacional* (Brasil) y *Telefe Noticias a las 20h* (Argentina) a sus noticias referentes a las elecciones 2010 y 2011 en sus respectivos países. Para un mejor entendimiento se buscó evaluar las noticias publicadas entre: positiva, neutra e negativa. Por ser un estudio comparativo, también fue necesario entender cuáles son los temas que fueron puestos en evidencia por las agendas partidarias de los candidatos a presidencia y de qué forma estos candidatos eran presentados en los medios ya que, según la Agenda Setting en consecuencia de la acción de los medios de información, el público sabe o ignora, presta atención o ignora elementos del escenario público.

De acuerdo con la Agenda Setting (Cohen, 1963; Shaw, McCombs, 1972), elaborada a finales de los años sesenta, por los profesores Maxwell McCombs y Donald Shaw, uno de los presupuestos era que los medios de comunicación, aunque no sean capaces de imponer lo que piensan sobre un tema determinado, como quería la teoría hipodérmica

(Wolf, 1994; Mattelart, 1999) son capaces de, en el mediano y largo plazo, influir sobre lo que se piensa y se habla. En base a ese presupuesto teórico surge una hipótesis.

1. La televisión, como medio de comunicación social consolidado en los países investigados, influye en la construcción de escenarios favorables y desfavorables para determinados candidatos, en el momento en que se encuadran los temas políticos y eventos correlacionados desde ciertos ángulos en las noticias.

Tomando otros pleitos electorales como ejemplos, se puede afirmar que los medios de comunicación a través de los temas publicados en su agenda tienen papel fundamental en la decisión de los votantes y que esta influencia puede decidir en qué candidato votar. Aún dentro de este contexto Ferré habla de la (2004) ficción, realidad e simulación de los noticieros explicando que este medio de comunicación tiene el poder de simular la realidad, es decir, construir mundos posibles-, exista o no el referente. Para Ferré (2004) la influencia del medio (Televisión) sobre el televidente se puede dar también en el momento en que el conductor, editor o reportero con su lenguaje coloquial jerarquiza los acontecimientos.

Otra teoría que fundamenta nuestras hipótesis, es la Newsmaking, la cual según Tuchman (1983) aborda la cultura profesional de los periodistas, la organización del trabajo y de los procesos productivos. Observando estas tres categorías, se llega a la conclusión de que en la producción de informaciones, la cultura profesional entendida como representaciones de papel, influye directamente en la producción de las noticias. Se establece así un conjunto de criterios de relevancia que define la noticiabilidad. En este caso, la noticiabilidad está relacionada con los procesos de rutina y de estándar de las prácticas productivas. Altheide (1976) afirma que noticia es lo que los periodistas definen como tal y que los hechos ocurren fuera de su alcance, por lo tanto los reporteros se limitan apenas a relatarlos. Partiendo de esta afirmación, ¿cuál papel juegan los otros profesionales de comunicación en la construcción de la noticia?, ya que, para este autor la noticia también es producto de un proceso organizado.

Según la visión de Wolf (2003), la Newsmaking, teoría que se ocupa del proceso de producción en los medios de comunicación, asegura que los directores tienen plena autoridad sobre los editores, productores y periodistas con respecto a la fabricación de las noticias. Basándose en este principio, se plantea la siguiente hipótesis:

2. No hay subversión de las normas periodísticas aplicadas por los medios. Es decir, el trabajo y la influencia de otros profesionales de la comunicación, como relaciones públicas, asesores de prensa y, a menudo, los consultores políticos no tienen relevancia en la producción de noticias.

Aún anclada en la teoría Newmaking, en la producción de la noticia hay una influencia directa de la cultura profesional del periodista, una vez que el medio social y los valores de creencia, en que los profesionales están inseridos, inducen la relevancia empleada en el momento de noticiar.

3. En la producción de la noticia, las rutinas productivas crean elementos compuestos por su medio social y valores de creencia que inducen a los electores a aproximarse o alejarse de los partidos políticos, o que influyen favorable o desfavorablemente a determinados candidatos, partidos políticos y respectivas agendas.



## 2. CAMPAÑAS ELECTORALES Y TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

### 2.1. Teoría de la Agenda Setting

“¿Tú no escuchaste en la radio? ¿Viste el noticiero de ayer?  
¡¡Pero está en todos los periódicos!! ¡¡¡Salió hoy por la mañana  
en la tele también!!!” (Bernard Cohen, 1963).

Hoy es común escuchar al poder preponderante de los medios de comunicación, pero al mismo tiempo este poder es denunciado por ser sádico, prepotente y a veces hasta peligroso para el ciudadano o para la sociedad democrática. Para Traquina (1995, 2001) estas críticas deben ser analizadas como una estrategia que forma parte de una ‘pelea’ política, que intenta reducir el poder de los medios, o de los periodistas al de una clase de mensajeros mediáticos y, que al mismo tiempo, reduce su espacio de autonomía.

Sin intentar entrar en una discusión al respecto del poder mediático, tema que será tratado en el próximo capítulo de esta investigación, se busca resaltar la concepción del sociólogo, José Luís García (2009), quien afirma que el poder de los periodistas defendido por Traquina, está hoy en día en manos de las industrias de comunicación, porque hasta los ideales de libertad y democracia, base de la prensa, están hoy subordinados a una concepción en la que la libertad de información es para la industria de los medios de comunicación la libertad comercial. Ese mismo punto de vista defiende el profesor, Venicio Lima<sup>10</sup> (2010), cuando afirma que la libertad de prensa para los empresarios de la comunicación es lo mismo que la libertad de empresas.

El tema central de este subcapítulo trata el paradigma de la Agenda Setting y la formación de las Agendas, o sea, la agenda periodística y la agenda política, pasando por la agenda pública<sup>11</sup>. Es por esta razón que se buscó trabajar con el tema de las “Campañas Electorales” que está relacionado con la Comunicación Política. En 1922 Walter Lippmann defendía la tesis según la cual los medios de comunicación son fuentes primarias que el ciudadano puede tener en la cabeza. McCombs (2006)

---

<sup>10</sup> Liberdade de expressão vs. liberdade de imprensa – Direito à comunicação e democracia, São Paulo: Editora Publisher, 2010.

<sup>11</sup> El tema de la agenda pública será tratado de una forma superficial por no ser parte del objetivo central de esta investigación.

concordando con Lippmann (1922) expresa el papel de la teoría de la Agenda Setting como un mapa detallado de la contribución de la comunicación de masas a las imágenes que podemos hacer tanto de la política, como de los asuntos públicos. El primer trabajo de investigación empírico relacionado con el concepto de Agenda Setting, como una buena parte de la literatura producida sobre esa teoría, hasta hoy trata de la influencia de los medios en el electorado durante el periodo de campaña política, o sea, casi siempre las campañas presidenciales. De ahí parte la similitud con el tema central de esta investigación. La idea básica del paradigma puede ser resumida a:

La capacidad de los medios de influenciar los impactos de los acontecimientos en la opinión pública confirmando su importante papel en la configuración de nuestra realidad social, o sea, de un pseudo ambiente, fabricado y montado, casi completamente a partir de los *mass media*. (McCOMBS y SHAW, 1977:7)

Con respecto al contexto de la comunicación política se puede afirmar que el paradigma que la Agenda Setting defiende, que el papel que juegan los medios se convierte en el fundamento central en la decisión de los votos, esto es debido a la importancia de los temas que son discutidos en las campañas políticas en función de la identificación partidaria. De acuerdo con McCOMBS y SHAW (1977:15).

El arte de la política en una democracia es, en un grado considerable, el arte de determinar qué dimensiones de las cuestiones son de mayor interés para el público o que pueden tornarse sobresalientes con el fin de lograr el apoyo del público.

Muchos estudiosos afirman que los asuntos y las conversaciones de las personas son agendadas en función de lo que los medios anuncian. Eso es, lo que asegura la hipótesis de la Agenda Setting. Para autores como: Nelson Traquina, (2001), Raquel Rodriguez Díaz (2004) Clóvis de Barros Filho (2003) esa forma de publicación es una posible incidencia de los medios sobre el público, o sea, es un tipo de efecto social de los medios. Es la hipótesis según la cual los medios por su selección, disposición e

incidencia de sus noticias, viene a determinar los temas sobre los cuales, el público hablará y discutirá.

Según la concepción de Barros Filho (2003) cuando los medios nos imponen un menú selectivo de informaciones como el ‘verdadero acontecimiento’, nos impide que otros hechos o temas se hagan conocidos y, por tanto, comentados. Para él, la falta de conocimiento de la sociedad por parte de los medios hace que, por un lado, muchos temas sean condenados a la inexistencia social y por el otro, que algunos temas parezcan fundamentales al ser presentados por los medios.

Dentro de una contextualización, Barro Filho (2003) justifica el surgimiento de la primera generación de investigación de Agenda Setting como una reacción a los cuatro puntos fundamentales de la teoría de los efectos limitados:

- El empirismo excesivo y la preocupación de los estudios cuantitativos.
- La concentración en los efectos de corto plazo.
- La limitación en el concepto de Opinión Pública.
- El análisis del comportamiento del receptor en el contacto con el mensaje.

Podemos afirmar que dentro de ese contexto de doctrinas, el modelo de Agenda Setting representa una ruptura en las líneas de investigación de la comunicación. Wolf (2001) busca mapear la teoría de la comunicación a partir de corrientes teóricas que representan contextos sociales, históricos y económicos bien definidos, más allá de la caracterización de los modelos de procesos comunicacionales. Cronológicamente, los contextos y los paradigmas de la investigación sobre los medios de comunicación de masas comprenden la teoría hipodérmica, que abarca la persuasión, la teoría de los efectos ilimitados, la teoría funcionalista, la teoría crítica, la teoría culturológica, la perspectiva de los estudios culturales y las teorías comunicativas.

En otra obra, Wolf (2002) identifica en McQuail (1983) y Tuchman (1988) la tendencia de reconstruir las teorías de los efectos por ciclos. El primero surge al final de la década de los treinta del siglo XX y es caracterizado por un convencimiento generalizado del intenso poder de influencia de los medios de comunicación. El segundo se hace visible

en la década de los cuarenta del mismo siglo y es marcado por la valorización modesta de la capacidad de influencia de los medios. Hoy podemos afirmar que estamos en el tercer ciclo, donde se ofrece un interés renovado por efectos, establecido en paradigmas diferentes de los anteriores. Pero Wolf cree en la reconstrucción de las teorías de la comunicación desde el punto de vista de la coexistencia, poniendo en duda la caracterización singular de cada ciclo y revelando la complejidad del campo estudiado, la interdependencia y las exclusiones entre los modelos y el desarrollo de los ejes entre las investigaciones coexistentes.

Como fue mencionado al principio de este subcapítulo, las bases teóricas para la teoría de la Agenda Setting partieron del estudio de la comunicación política, que centralizó su interés en el análisis de los efectos de la comunicación de masas que no resultaban de un proceso de persuasión, sino más bien de la presencia de determinados conocimientos e informaciones sobre el medio político en la opinión pública. Conforme a lo identificado por Gladys E. Lang y Kurt Lang (1996) en el ámbito de la *Mass Communication Research* norteamericana, la investigación abandonó el foco principal que era la persuasión y se volcó en los cambios sufridos por determinados temas de connotación política.

La principal temática de la *Communication Research* partió de la sociología del conocimiento con su principal foco en los procesos simbólicos y comunicativos como presupuestos de sociabilidad. Este nuevo abordaje aparece de forma fragmentada en los trabajos de Lippmann y Lazarsfeld. Lippmann afirmó que la percepción que tenemos de la realidad no ocurre de manera directa, pero sí mediada por imágenes que formamos en nuestra mente. “El único sentimiento que una persona puede tener sobre un evento que no vivencia es el sentimiento aflorado por sus imágenes mentales de aquel evento” (LIPPMANN, 1922: 7). Para él, el analista de opinión pública debe reconocer la relación triangular entre la escena de acción, la imagen de aquella escena y la respuesta humana para aquella imagen:

Nosotros debemos asumir que, lo que cada hombre hace está basado no en el conocimiento directo y correcto, pero sí en las imágenes producidas por él o dadas a él. Si su mapa afirma que

el mundo es cuadrado, él no viajará cerca de lo que crea ser el final de nuestro planeta, por miedo de caer. Nosotros debemos considerar primeramente los factores claves que limitan el acceso de las personas a los hechos. Las imágenes que formamos en nuestra mente son los sensores artificiales, las limitaciones del contacto social, comparativamente el corto plazo disponible de cada día para llamar la atención de los temas públicos, la distorsión creada porque los eventos tienen que ser comprimidos en mensajes muy cortos, la dificultad de hacer un pequeño vocabulario para expresar un mundo complicado y, finalmente el miedo de tener contacto con estos hechos podrían amenazar la rutina establecida en la vida de los hombres. (LIPPMANN, 1922:16)

El estudioso Park (1925) quien aportó al verdadero sentido de la noticia como una forma de conocimiento, destacaba el poder de los medios de comunicación de masa en el establecimiento de un determinado orden de preferencia en la capacidad de discriminación en los temas presentes en la prensa, contribuyendo así, a la apertura de un camino para el problema central de la hipótesis de la Agenda Setting.

Park no fue el primero, ni tampoco el único, pues muchos autores con diferentes preocupaciones, delinearon o llegaron cerca de una formulación. La verdad es que el movimiento general de la *Communication Research* dejaba ver la necesidad de desviar de las tesis más radicales o mecánicas de los efectos de los medios de comunicación, lo cual de cierta forma creó el suelo epistemológico para la valoración de los fenómenos destacables de la Agenda Setting.

Un ejemplo de este distanciamiento fue el trabajo de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1948) en su investigación de las elecciones presidenciales de 1940. El objetivo era identificar las principales influencias en la campaña política y descubrir cómo y porqué las personas decidían votar. El estudio, realizado a tres mil personas en Erie County, Ohio, contesta los conceptos básicos de la teoría hipodérmica, cuando afirma que las

personas alcanzadas por los medios de comunicación investigados (radio, periódicos y revistas) son las menos susceptibles al cambio de votos.

Este estudio abrió el campo para nuevas investigaciones entre los medios y el público y, aunque en algunos aspectos contradice los resultados encontrados en la Agenda Setting, pues afirma la tesis de efectos débiles y limitados; en muchos aspectos, este estudio preparó la discusión donde surgió la formulación del modelo de Agenda Setting.

La liberación de los elementos constitutivos fue un paso muy importante, pero todavía había un vacío entre la tesis que afloraba y su formulación. Tal espacio fue relleno por Bernad Cohen (1963). Fue él quien mejor previó la capacidad de los medios de comunicación de masas para establecer la agenda temática. Cohen afirmó que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero si lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (COHEN, 1963. In; SAPARAS, 1987:55; RODRIGUES DIAS, 2004: 15). En esa conclusión está implícito el concepto central de la hipótesis de la Agenda Setting, acuñado nueve años después.

Otros autores como: Lang y Lang (1996) también resaltaban la construcción temática de los medios de comunicación y aportaron importantes contribuciones para fijar esa hipótesis como un paradigma de investigación.

Los medios de comunicación de masas centralizan la atención en ciertas cuestiones. Construyen imágenes públicas de figuras políticas. Presentan constantemente objetos que sugieren en qué deberíamos pensar, lo que deberíamos saber y/o qué deberíamos sentir. Los materiales que los medios de comunicación seleccionan pueden darnos una semejanza de un conocimiento del mundo político. (LANG y LANG, 1996. In: MORAGAS, 1985: 80-90).

Fue en un artículo titulado: *The Agenda Setting Funktion of Mass Media*, publicado, en 1972, en el periódico *Public Opinion Quarterly*, donde Maxwell McCombs y Donald Shaw, describieron los resultados de las investigaciones realizadas en dos campañas

políticas de elecciones presidenciales norteamericanas, que la hipótesis de la Agenda Setting ganaría sus contornos más visibles, encontrando lo que muchos teóricos describen como su formulación canónica.

En 1968 McCombs ya había desarrollado un estudio exploratorio en la ciudad de Chapel Hill – Carolina del Norte, su objetivo era extraer los principales temas de la agenda pública para analizar la influencia de la agenda de los medios de comunicación en la agenda pública. Durante el corto plazo de 24 días, el autor mostró un cuestionario a 100 electores buscando cubrir una muestra representativa de la distribución económica, social y racial de la población de la ciudad. Paralelamente, seleccionó cinco periódicos (*Durham Morning Herald*, *Durham Sun*, *Raleigh News and Observer*, *Raleigh Times* y *The New York Times*), dos revistas semanales (*Time* y *Newsweek*) y los noticieros nocturnos de dos canales televisivos (*NBC* y *CBS*). Estos fueron los vehículos de comunicación elegidos para identificar los principales temas de la agenda de los medios.

Los temas fueron codificados en 15 tópicos: política internacional, legislación, política fiscal, bienestar público, derecho civil, otros, elecciones, eventos de campañas, análisis de campañas y análisis de candidatos – Hubert Humphrey, Richard Nixon, Muske, Agnew, Wallace y Lenny. Además de estar categorizadas en los temas a los que acabo de hacer referencia, las materias periodísticas fueron clasificadas entre mayores y menores. Las mayores tenían las siguientes características: en los periódicos debía aparecer como portadas capa, con tres columnas en las páginas internas o materias donde como mínimo tres columnas estuvieran destinadas al tema electoral; en las revistas, las materias debían cubrir como mínimo una columna de información o aparecer con destaque en el *lead* o abertura de alguna sección de la revista; y en la televisión estas materias debían alcanzar un mínimo de 45 segundos o debían estar entre las tres portadas de la edición del noticiero.

Las evidentes limitaciones de esa investigación no llegaron a comprometer la conclusión de una correlación positiva entre las agendas. Este resultado exigía una investigación más profunda y un perfeccionamiento de instrumentos metodológicos.

Fue justamente lo que el estudio de 1972 significó. En coautoría con Donald Shaw, McCombs intensificó la investigación en la ciudad de Charlotte Ville, en California del Norte. El primer paso fue ampliar el plazo de cinco meses y la muestra para 227 electores, de modo a adecuarlos al fenómeno analizado. Los investigadores aplicaron el estudio en las elecciones presidenciales que tenía George Mc Govern contra Richard Nixon

En ese año fue publicado el artículo que dio nombre al modelo de la Agenda Setting. McCombs y Shaw definieron la función de la Agenda Setting como el resultado de la relación que se establece el énfasis manifestado en el tratamiento de un tema por parte de los medios masivos de comunicación y las prioridades temáticas manifestadas por los miembros de una audiencia después de recibir el impacto de esos medios.

Sin embargo no es conclusiva la evidencia de que los medios de comunicación de masas modifiquen profundamente las actitudes en una campaña, es mucho más fuerte la evidencia de que los electores aprenden por la inmensa cantidad de información disponible durante la campaña (MCCOMBS y SHAW, 1972:2).

El interés de este tipo de investigación marca el principio de una nueva orientación en el estudio de los efectos de la comunicación de masas, muy lejos de la consideración de la persuasión como objeto de estudio central. A continuación, mostraremos la relación y la formación de las tres agendas contempladas por la teoría de la Sgenda Sentting. Pero antes, es necesario ejemplificar lo que en realidad es una Agenda Setting. Para Barros Filhos:

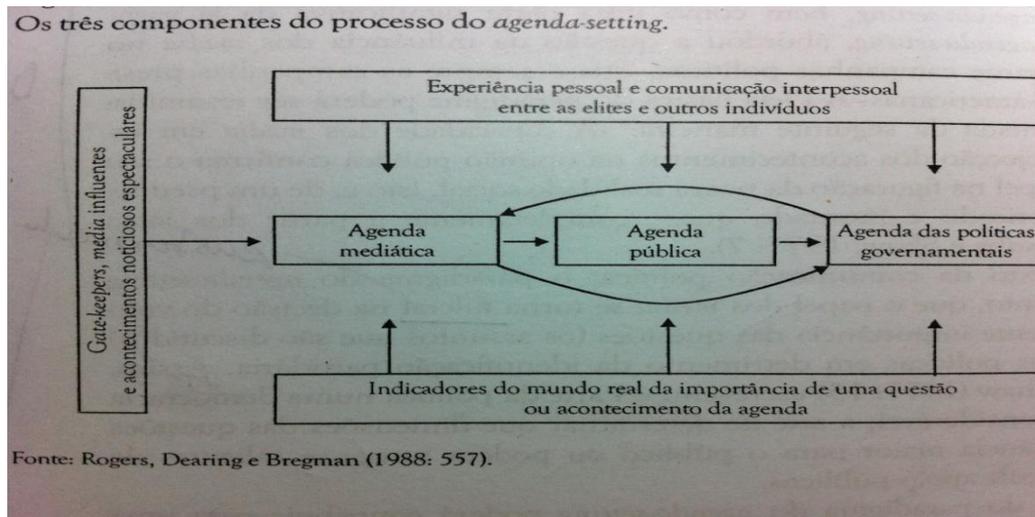
Fijar la agenda es fijar el calendario de acontecimientos, es decir lo que es importante y lo que no es. Es llamar la atención sobre un cierto problema, es destacar un asunto mismo que se trate de una broma, es crear el clima, en el cual será recibida la información. Es fijar no solamente lo que va ser discutido, pero cómo y por quién. (2003: 173)

El autor muestra también dos ejemplos claros, uno ocurrido en los Estados Unidos y otro en Brasil.

1. El periodista americano, Lincoln Steffens en un capítulo de su autobiografía, titulada: *I make a crime wave*, cuenta que trabajaba para un periódico en Nueva York, el *Evening Post*. En esa época se dio cuenta de la cantidad de historias interesantes que eran contadas en la comisaría de policía de la ciudad y no eran publicadas en la editorial de policía del periódico. Cuando una de esas historias envolvió una familia conocida, Lincoln resolvió publicarla. La historia se hizo conocida e incentivó a otros periódicos de la ciudad a adoptar el mismo expediente y a garantizar la publicación cotidiana de historias policiales menos comunes.
2. Otro ejemplo ocurrió en el primer semestre de 1993 en Brasil. El programa televisivo de la Red Globo, 'Fantástico', publicó un material que revelaba la existencia de un movimiento separatista en el sur del país, conocido como 'Republica de la Pampa'. Esta organización que busca la institucionalización de un nuevo Estado, existe de acuerdo con sus idealizadores, desde hace más de cinco años. Sin embargo, para la casi totalidad de la sociedad brasileña, ella pasó a existir a partir del momento en el que reportaje fue publicado. Por causa del reportaje, hubo manifestaciones del Ministerio del Ejército y del Presidente de la República, otros periódicos escribieron sobre el tema, muchos parlamentares discursaron en plenaria, habló un especialista en derecho internacional, y hasta el mismo secretario general de la ONU emitió su parecer. (2003: 171-173)

Al hablar sobre la Agenda Setting es importante recordar que la teoría contempla tres tipos de agendas que se relacionan en el proceso comunicativo. Hay estudios que se centran de forma conjunta en el análisis y otros de forma individual. Seguiremos con la forma tradicional de presentación de las agendas, pero no examinaremos la relación entre las agendas mediáticas y la del público en la parte empírica de este trabajo, como se ve en la mayoría de los estudios que constituyen la literatura de la Agenda Setting.

**Cuadro 1.** Principales componentes del proceso de la agenda-setting



Fuente: Rogers, Dearing y Bregmann (1988: 557) Ver (Traquina, p. 193 y Rodríguez Díaz, p. 17).

### *The media agenda*

De acuerdo con McCombs (2006) la agenda de los medios es una de las variables más destacadas a la hora de generar el índice de contenidos que ocuparán las portadas de los medios durante un periodo de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, la ubicación de las páginas que ocupa dentro del medio, y el tiempo dedicado. Rodríguez Díaz (2004) enfatiza que el tiempo de duración del estudio no siempre es el mismo. Dependerá de los propios objetivos de la investigación para conocer el modo en que la opinión pública se ve influenciada por los medios durante un periodo corto o largo de tiempo. Esto puede ser comprobado en el estudio de Dearing y Roger (1992) sobre la aparición del SIDA en la agenda de los medios. En este trabajo, el autor efectuó un análisis del contenido de las noticias que surgieron sobre este tema a lo largo de 91 meses en la década de 1980. Para hacer un estudio a lo largo del tiempo, el proceso de medición de la agenda de los medios comienza seleccionando un tema y haciendo un seguimiento de su cobertura en los medios semana tras semanas. Saperas (1987) influenciado por Becker (1982), McCombs y McLeod (1975) intenta explicar la composición y la formación de la agenda de los medios.

En primer lugar, este tipo de investigación se orienta hacia el reconocimiento de la agenda de los medios, o sea, para el conjunto de temas que hay en el discurso de los medios de

comunicación de masas. La investigación sobre la capacidad de establecimiento de la agenda temática presenta una gran confusión terminológica, a la cual corresponde una cierta inestabilidad en el reconocimiento real de su objeto de estudio. (SAPERAS, 1987: 63).

El autor reconoce la existencia de determinados ítems de ‘actualidad’ presentes en el discurso de los medios. Para él, estos ítems son llamados de *saliencia* y, los mismos, constituyen las unidades de contenidos, los cuales, cuando son repetidos varias veces durante un periodo de tiempo, determinarán la agenda de los medios. Pero la agenda de los medios es una de las tres agendas que más se relaciona con la agenda del público. Esto queda claro siguiendo las palabras de (LOPES-ESCOBAR, *et al.*, 1996: 9):

Con la teoría de la Agenda Setting se consolidó un método empírico para mostrar cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias las listas jerarquizadoras de los temas o problemas más destacados para la sociedad. Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto, existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias.

Otro investigador que estudia la relación entre las dos agendas arriba mencionadas es Funkhouser, (1973). Este autor, basado en la pregunta hecha por el instituto de sondeo Gallup en USA sobre cuál era el problema principal de América, afirma que:

En lo relativo a la única forma que tiene la gente de saber cuál es el problema que afecta a América la respuesta surge gracias a las pistas que ofrecen los medios. La correspondencia entre las noticias o la agenda del medio y la opinión pública... quizás sólo sea aportada porque los medios muestran las noticias que guardan una relación pequeña o ninguna con lo que el encuestado considera destacado. (FUNKHOUSER, 1973: 69 *apud* RODRÍGUEZ DÍAZ, 2004: 18).

McCombs (2006) cuando habla sobre la evolución de las agendas temáticas deja muy claro que, en las sociedades, donde hay sistemas políticos y mediáticos abiertos el flujo de la opinión pública se encuentra en evolución, pero esto sólo ocurre porque hay también un cambio en la intención de los medios en relación a los temas propuestos por la sociedad. Uno de los aspectos importantes en esta relación es saber, cuáles de los temas logran llegar a la agenda. Esto genera una competición entre los temas, que buscan la atención pública. Pero ninguna sociedad puede dar cuenta de tantos temas a la vez. “El recurso de la atención en los medios informativos, entre el público, y en nuestra diversas instituciones públicas, es muy escaso.” (MCCOMBS, 2006: 84). La propuesta presentada por investigadores de las agendas y comprobadas con la acumulación de pruebas en estudios hechos a lo largo de los años es delimitar el número de temas de la agenda del público para así tener acceso a la agenda mediática.

### ***The public agenda***

Podemos asegurar que la agenda del público, como ya fue mencionado, después de la de los medios es la más importante de las contempladas por la Agenda Setting. Esta puede ser medida por encuestas realizadas a una parte de la población. En estas encuestas se le pregunta a un grupo de individuos: ¿Cuál es el problema más importante al que tienen que hacer frente los gobernantes de este país?<sup>12</sup> Sopera (1987) al describir los objetos de estudio, establece diferentes líneas de investigación. El primero se refiere a los temas que forman los contenidos destacados por los medios de comunicación.

El segundo comprende las diferentes agendas que intervienen en este proceso. Se trata de una comparación de las agendas del medio con la del público. El estudio de la agenda del público también debe discutir las agendas intrapersonal e interpersonal. Ese objeto puede ser subdividido en tres otros modelos: el modelo del conocimiento, que determina cuál es el conocimiento adquirido por la audiencia sobre los temas vehiculados por los medios; el modelo de prioridad, que verifica si el orden de prioridad establecida por los medios determina la capacidad de discriminación temática del

---

<sup>12</sup> Esta es la pregunta clave hecha por George Gallup en los años 30 para saber los principales temas de la agenda del público. Es una pregunta abierta con distintas posibilidades. Su fin es ser muy informativa y libre de las posibles influencias que puede ejercer el encuestador.

público; y el modelo de los ítems de actualidad, que se localiza entre la acción de vehicular determinados conocimientos y la evaluación según la jerarquización temática del público.

El tercer objeto trata de la naturaleza de los efectos y del cuadro temporal que se desarrolla hasta alcanzar una agenda temática. Por último Sopera (1987) afirma que se puede reconocer la agenda del público como un conjunto de temas que reclaman la atención pública durante un tiempo determinado. Esta última agenda también puede ser llamada en la visión de (BECKER, MCCOMBS Y MCLEOD, 1975: 43) “*community issue salience*”.

Pero, otro punto importante de la agenda del público es el tamaño de esta agenda<sup>13</sup>. Durante muchos años se discutió, sobre cuántos temas deberían formar parte de esta agenda. De acuerdo con Miller (1956) se llegó a la conclusión de que deberían ser entre cinco a siete temas, no más. Estos temas deberían ser identificados como los más importantes de la sociedad para ser llevados hasta la agenda de los medios. Para McCombs, (2006: 85):

Esta gran restricción en el tamaño de la agenda pública se explica por los límites de los recursos del público, tanto de tiempo como de capacidad psicológica. Los límites en el tamaño de la mayoría de las agendas mediáticas resultan aún más obvios, al darles una cantidad limitada de espacio en el periódico y una cantidad limitada de tiempo en las radiodifusiones informativas. Incluso en el caso de las páginas web, con su capacidad aparentemente ilimitada de ir añadiendo páginas, encontramos que el alcance y el tiempo disponible de la atención pública imponen severas restricciones.

Conforme Dearing y Roger (1996: 41-42):

La agenda pública es el grado o jerarquía de importancia que da el público a determinados aspectos de noticias durante un

---

<sup>13</sup>Punto evidenciado en el último párrafo de la agenda del medio.

periodo de tiempo. Dos tipos de estudios de Agenda Setting han llevado a conocer la agenda pública: El estudio de la jerarquización, centrado en los temas más cruciales y los estudios longitudinales.

Brosius y Kepplinger (1990) explican estas dos formas de análisis arriba citadas, cuando dividen las investigaciones de la Agenda Setting. Para ellos la primera, o sea, la jerarquizada o la cruzada es la que compara el orden de los temas de la cobertura de los medios de comunicación y la conciencia del público en un determinado momento, o sea, hay algo con la audiencia. La longitudinal es donde la investigación de la Agendas Setting mide las subidas y bajadas de uno o varios temas a lo largo de un periodo largo de tiempo, como también compara el curso de la cobertura de los medios con respecto a las preocupaciones del público.

Otro estudioso de la relación de las agendas es Smith (1980). La investigación realizada por este autor a lo largo de más de 40 años refleja, por un lado, que los asuntos más destacados durante este periodo de tiempo (1946- 1986) en América han sido: los problemas en el exterior, como guerras o incursiones militares, década de los cuarenta. La inflación, el desempleo y trabajadores formaron el segundo apartado, década de cincuenta. Temas como el control social, el crimen, la violencia y la baja moral o derrotismo, ocuparon a finales de los años sesenta. Inicio de los setenta, temas raciales y desórdenes universitarios y por último se puede hablar de temas gubernamentales como la corrupción, la influencia o la falta de liderazgo que ocupaba según el autor una baja posición dentro de la agenda, con excepción del escándalo del *Watergate* en 1974. Estos fueron los principales temas de las agendas públicas. McCombs y Zhu (1995).

Rodríguez Díaz (2004) también concluye que la relación entre las agendas de los medios y la del público fue confirmada por casi la totalidad de las partes de los estudios revisados en 1996, donde también fue comprobado un predominio de la influencia de la de los medios de comunicación sobre la agenda pública.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Adicionalmente a los estudios ya citados existen numerosas investigaciones que apoyan esa relación, como: MacKuen (1981), Iyengar y Kinder (1987), Brosius y Kepplinger (1990).

### ***The policy agenda***

La agenda política también denominada por varios especialistas como agenda institucional es un enigma. Para algunos como: Dearing y Rogers (1996), representa ‘la clave’ de todas las agendas ya que es por ella que se generan temas nuevos que influyen en la agenda del público y a la agenda de los medios. Se puede pensar que la negligencia en relación a ella se da, en primer lugar, por la complejidad ya que son numerosas las variables que hay que tener en cuenta, al momento de medir el tipo de acciones que adoptan los gobiernos, parlamentos y las diferentes instituciones sociales que más tarde formarán parte de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y la agenda pública.

En segundo lugar, el hecho de que autores renombrados de la Agenda Setting, como Lippmann, Park y Almond, no se centraron tanto en esta agenda al considerarla un elemento particular dentro de los medios de comunicación. Sin embargo, autores contemporáneos como: McCombs, Shaw y Shanto han preferido matizar las consecuencias que tienen las políticas institucionales en el resto de agendas. Según Rodríguez Díaz (2004), la agenda política o institucional está vinculada con la propia perspectiva y proceso de cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda, también denominada de *Agenda Building*.<sup>15</sup>

Para autores como John Kingdon, Richard Hofferbert, Roger Cobb y Charles Elder. Kingdon (1984), la primera indagación a ser hecha es: por qué algunos problemas y asuntos son puestos en la agenda y otros no; por qué algunas alternativas son elegidas y otras no. De esta forma, la agenda es definida como el espacio de constitución de la lista de asuntos o problemas que llaman la atención del gobierno y de los ciudadanos.

Esos autores diferencian tres tipos de agendas: sistémica o no-gubernamental, gubernamental y de decisión. La primera tiene la lista de asuntos que son por muchos años, la preocupación del país y que no merecen la atención del gobierno; la segunda

---

<sup>15</sup> Véase Perloff, 1999: 207. Esta agenda estudia el proceso mediante el cual una numerosa serie de factores sociales además de la influencia mediática influyen en la construcción de las agendas institucionales.

incluye los problemas que merecen la atención del gobierno; la última, es la lista de los problemas que serán decididos. Para estos autores, un asunto puede salir de la agenda sistémica para la gubernamental, cuando hay un evento dramático o una crisis. La atención gubernamental, por lo tanto, estaría en función de estos tres acontecimientos. Entonces preguntamos: ¿Cómo se produce el sistema de influencia en la construcción de la agenda gubernamental?

Según Kingdon (1984) los participantes activos y los procesos por los cuales algunas alternativas y algunos ítems se tornan prominentes son los principales factores de influencia de esta agenda. Para él, los participantes activos son clasificados como actores gubernamentales y actores no-gubernamentales<sup>16</sup>. Estos dos grupos pueden inclusive ser subdivididos en actores visibles e invisibles<sup>17</sup>, los primeros influyen la formación de la agenda y, el segundo, la especificación de alternativas. Como fue mencionado arriba, el proceso, también es una variable de influencia de un asunto en la agenda. Según Kingdon (1984), las características de los órganos de gobierno, de las instituciones y de los aparejos vinculados a la producción de políticas públicas son los que pueden responder por los tipos de procesos y, por lo tanto, por el modo de seleccionar los problemas. Otro aspecto importante que influye en la inclusión de un asunto en la agenda, es el grado de fragmentación de las comunidades políticas (*policy communities*), pues afecta el grado de fragmentación de la política, que a su vez influye en la estabilidad de la agenda.

## Cuadro 2

### Resumen del modelo de Kingdon

1. Fases de la política
-Agenda
-Alternativas

<sup>16</sup> Véase Kingdon 1984: 72. El primer grupo está compuesto por: el alto *Staff* de la administración (presidente, *Staff* del ejecutivo y políticos nombrados para ejercer cargos públicos), parlamentarios y funcionarios del congreso. El segundo escalón es compuesto por: grupos de presión o interés, catedráticos, investigadores y consultores, medios, participantes de las campañas electorales, partidos políticos y opinión pública.

<sup>17</sup> Véase Kingdon 1984: 72-73. Son actores visibles: el presidente, parlamentarios, los medios, los partidos políticos y los integrantes de la campañas electorales. Los invisibles son: los académicos, tantos investigadores, como consultores, y los funcionarios de lo ejecutivo y del congreso.

- Seleccionar
- Implementación
- 2. Tipos de Agendas
  - Sistémica
  - Gubernamental
  - Decisoria o Política
- 3. Agenda y alternativas dependen de:
  - Participantes activos
  - Proceso por el cual algunos asuntos resaltan
- 4. Proceso depende de:
  - Reconocimiento de problemas
  - Proposiciones de políticas
  - Política
- 5. Reconocimiento, proposiciones y política dependen de:
  - Reconocimiento: indicadores, eventos, crisis
  - Proposición: comunidades de políticas
  - Política: “national mood”, fuerzas organizadas y elecciones

Fuente: RAP. MAR/ABR, 1996.

Ahora podemos estudiar la propuesta de Richard Hofferbert (1974). El autor, inicia sus estudios con la siguiente pregunta: ¿Por qué algunos ítems o asuntos son seleccionados para la deliberación gubernamental y otros no? Para él, la agenda gubernamental y las decisiones son constituidas a partir del medio social y político en el cual la política es formulada. Hofferbert basándose en Hebert Simon (1966) identifica tres aspectos en todos los procesos de decisión: normas que gobiernan la permanencia y las mudanzas de la atención pública; principios que gobiernan la acción política, y las condiciones que determinan las acciones que serán elegidas.

Por último, cabe resaltar las contribuciones de Cobb y Elder (1971). El punto de partida de estos dos autores es la constatación de que los ciudadanos no quieren saber nada del gobierno y mucho menos, verse como sujetos de la acción gubernamental, de aquí la necesidad de reconciliar la teoría de la democracia y de la participación con la realidad

actual. Cobb y Elder afirman que es necesario repensar la teoría del proceso decisorio destacando las contribuciones de Schattschneider (1960), Dahl (1956) y Gamson (1966), para quienes la participación de los ciudadanos es bastante limitada en la arena de decisión de las políticas que serán implementadas, donde los conflictos son negociables. La conclusión, como sugiere Schattschneider, es que hay temas que emergen dentro de la política y otros fuera. Pero Cobb y Elder concuerdan con Walker (1966) al afirmar que la agenda gubernamental varía poco, siendo siempre los mismos temas en escena.

## 2.2. Newsmaking

El principal noticiero de la red de televisión Telefe - *Telefe Noticias a las 20h*<sup>18</sup>- llegaba el día 19 de octubre de 2011, a un alto récord de audiencia por motivo de la publicación de una materia periodística, que tenía por título principal: *Candela, ¡la hora de la verdad!*<sup>19</sup> Quien acompañó el noticiero, ese que el equipo periodístico se movilizó para garantizar a los telespectadores argentinos todas las informaciones posibles sobre lo ocurrido, o para los más críticos, todos los momentos de ‘espectáculo’. La producción del noticiero *Telefe Noticias a las 20h*, había designado tres reporteros externos para hacer la cobertura completa de los hechos. Uno hablaba directo desde Hurlingham, la ciudad de nacimiento de la víctima que queda a 23 kilómetros de la capital Buenos Aires. El segundo fue enviado a Villa Tesei, una localidad a 400 metro de la casa de la víctima, donde el cuerpo fue encontrado. El último buscaba las informaciones finales, en el Ministerio de Justicia y Seguridad de Buenos Aires. La apuración de los hechos estaba comprometida por el *deadline*<sup>20</sup> de *Telefe Noticias a las 20h*, puesto que el horario en que el sospechoso de la muerte de la chica debía hablar frente a la policía, que era a las cinco de la tarde, paso a ser a las 19h00, mientras que el *Telefe Noticia a las 20h* es presentado a las 20h00. A esta dificultad, se debe sumar el hecho que las fuentes oficiales no dieron ninguna información sobre lo ocurrido a la prensa.

---

<sup>18</sup> *Telefe Noticias a las 20*, también puede sólo ser llamado *Telefe Noticias*.

<sup>19</sup> Véase cronograma del caso Candela. <http://www.lanacion.com.ar/1402294-el-caso-candela-dia-por-dia>. acceso en: 18.04.2012.

<sup>20</sup> Deadline, tiempo para cerrar las materias periodísticas que deberán entrar en la edición del Noticiero.

## Telefe Noticias a las 20h y el caso Candela

Imagen 1: Rodolfo y Cristina



19.10.2011 Telefe Noticias

Imagen 2: Candela



Candela

Ese día, el noticiero fue marcado de forma diferente. Después de la viñeta de abertura, una *cartela*<sup>21</sup> con foto de la ‘nena’ con las fechas del nacimiento y de la muerte quedaba por encima de la voz del conductor Rodolfo Barilli, quien en un tono fúnebre anunciaba: ‘*Habla el asesino de Candela*’. El recurso gráfico - el uso de la cartela- ya era un preñuncio de cómo el *Telefe Noticias de las 20h*<sup>22</sup>, trataría la noticia en ese día. En el artículo “El reportero de TV fue atropellado”, el autor Felipe Pena afirmaba que en el noticiero “la realidad es proyectada por la imagen y por las palabras de forma teatralizada, moldeada en islas de edición, donde los cortes y secuencias de planos son orientados por criterios de súper-evaluación.” Fue justamente de esa forma que fue construida la narrativa periodística<sup>23</sup> sobre la muerte de Candela.

Después de algunos segundos de exposición de la cartela, vienen los comentarios de Javier Díaz, el columnista especial del noticiero de las 20h, explicando los pasos de la justicia y la policía en orden cronológico. El comentario que tuvo una duración de 52 segundos, vino seguido de imágenes entrecortadas y con efectos tecnológicos de la policía, la justicia, la familia de la niña, amigos y profesores, y por último, la foto del

<sup>21</sup> Cartela es un Video Tape producido en la isla de edición que trae las informaciones textuales y visuales.

<sup>22</sup> El formato del noticiero *Telefe Noticias a las 20h*, se presentará con riqueza de detalle cuando sea tratado en el capítulo 5 titulado: La Campaña Electoral de 2011 en Argentina.

<sup>23</sup> Sobre la narrativa televisiva véase Marcela Farré. El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual. Ediciones La Crujía, Tucumá, Buenos Aires, 2004. Mario Carlón. Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos. Ediciones La Crujía, Tucumá, Buenos Aires, 2004. María Cristina Chardon (Coord.). Transformaciones del espacio público: los actores las prácticas, las representaciones. Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2011.

supuesto asesino de Candela publicada al lado del cadáver. Luego de la escalada<sup>24</sup> de la noticia de la muerte de Candela y de las noticias de los periodistas en los locales de la muerte y la exhibición del cuerpo, son presentadas las siguientes informaciones en este orden:

1. Después del Tsunami, el drama que no termina en Chile;
2. Lo mataron delante de su mujer y su hijito, el caso que conmovió al país: empezó hoy el juicio oral por la muerte de Gonzalo Tcheran;
3. Los candidatos a presidente cierran sus campañas en pocas horas: faltan cuatro días para las elecciones;
4. ¿Estás de acuerdo de extender la diagonal Sur hasta la 9 de Julio? Te contamos cuál es el plan del gobierno porteño que abre una nueva polémica.<sup>25</sup>

Después de que las portadas principales del noticiero fueron anunciadas de manera intercalada por los dos conductores principales (Rodolfo Barilli y Cristina Pérez) la cámara vuelve a Rodolfo quien empieza el noticiero diciendo: *Hoy en Telefe Noticias, es un día clave*. Esas fueron consideradas las principales noticias del día. La jerarquía de los hechos y su presentación final estaba definida, según el valor- noticia (*News Value*) estipulada por el equipo periodístico, en común acuerdo con la línea editorial del medio de comunicación. De acuerdo con Wolf, (2002:175):

Los valores puestos a las noticias, denominados valor noticia (*news value*), son componentes de la noticiabilidad, que según el autor, serían un conjunto de elementos, con los cuales los órganos informativos controlan y generan la cantidad y el tipo de acontecimientos para seleccionar las noticias.

Así, los valores-noticias tienen como objetivo permitir la definición de los hechos que serían noticiados por el medio. En el ejemplo anterior, específico del medio televisivo, también fueron determinados los tiempos y formatos de cada una de las noticias que fueron vehiculadas. La noticia sobre la verdad del caso Candela, ocupó casi todo el primer bloque, o sea, 19 minutos y nueve segundos, restando apenas 54 segundos para hacer el segundo bloque. Este último contó con 15 minutos y 39 segundos, y el tercero con 13 minutos y 47 segundos restando apenas 10 minutos y 31 segundos para

---

<sup>24</sup> Escalada - es la llamada de las noticias principales del noticiero.

<sup>25</sup> Escalada del día 19.10.2011, en el noticiero *Telefe Noticia a las 20h*.

incursiones comerciales, caso raro en la televisión ya que el límite máximo de una materia televisiva es de dos a tres minutos. Todavía en el primer bloque, la información fue seguida de un VT biográfico, con un estilo muy sensacionalista narrando de forma comprimida diversos episodios de la vida de la chica, otros efectos televisivos también fueron trabajados como: la toma directa editada (TDE) y la toma directa (TD), que según Carlón (2004) son características presentes en el noticiero Telefe.

Una verdadera contradicción del noticiero, es que desde el principio los reporteros entraban siempre ‘en vivo’ y hablaban en directo con el estudio, los hechos oscuros de la historia y muchas veces se reportaba directamente a los telespectadores argentinos. Mostrándose todavía incierto en relación a las informaciones, los reporteros dejaban en suspenso la confirmación de si era Hugo Bermudez, el asesino de Candela, afirmando que todavía en aquella edición del noticiero retornaba con más informaciones al respecto del sospecho. ¿Es esto bueno o no? Probablemente, en el momento, esa era la pregunta de innumerables telespectadores argentinos. Como se ve, las cuatro últimas llamadas principales, junto con materias secundarias: como deporte, Cultura y Meteorología e incursiones comerciales tuvieron juntas 40,46 minutos para poder ser vehiculadas, ya que el noticiero, cuenta apenas con 60 minutos. Este tipo de estructura utilizados por los noticieros, sirve para mantener al público frente a la pantalla. Como afirma Arlindo Machado:

La cuestión de la verdad no está, por lo tanto, dentro de las principales preocupaciones del noticiero, pues no es con la verdad que él trabaja, pero con la enunciación de cada porta voz sobre los eventos. (2005: 11).

Aun cuando se trata de TV, en donde el medio puede confundirse y ser el propio mensaje como propone McLuhan (1972), cuando enuncia el principio según el cual el medio es el mensaje. “En la visión del autor, lo que importa es el efecto mental inmediato de los medios de comunicación y no los mensajes que vehiculan” (SANTOS, 2003: 23). De esta forma, en el ejemplo propuesto, el acontecimiento asumió los diversos colores que los más variados intérpretes pueden darle confirmando la hipótesis

constructiva de Veyne (1983), el acontecimiento es lo que hacemos de él. De acuerdo con esa idea, los autores Bucci y Kehl (2004: 48) afirman:

Donde quiera que esté la noticia a servicio del espectáculo, la búsqueda de la verdad es apenas un cadáver. Puede hasta existir, pero siempre como un cadáver al servicio del don de iludir. Es por esto que hoy, el teleperiodismo en Brasil y [Argentina]<sup>26</sup> difícilmente puede ser comprendido como un resultado por la busca de la verdad.

Es cierto que las informaciones, aun siendo contradictorias, sobre la muerte de Candela, ya generaban noticias, según los criterios de valores noticias adoptadas por la redacción del Noticiero. Basándose en los estudios del Newsmaking, el proceso de construcción de la noticia debe ser un fenómeno de interés social y los medios de comunicación son emisores de mensajes socialmente producidos. Para autores como: Wolf (2002) y Traquina (2004) el modelo teórico del newsmaking tiene en consideración criterios como la noticiabilidad, los valores-noticias, los constreñimientos organizacionales, la rutina de producción y los factores organizacionales. Teniendo en cuenta la teoría del newsmaking en el proceso de producción de noticias, la prensa no refleja la realidad, pero ayuda a construirla. (PENA, 2005: 57).

La importancia de la noticia se da de acuerdo a su magnitud, y esto depende del número de personas que pueden estar interesadas en la noticia. Este es el criterio más utilizado en periodismo televisivo el cual, dando énfasis al aspecto de la amplitud, puede tender a transformar la noticia en entretenimiento o espectáculo (CURADO, 2002: 16).

En el Noticiero, la evaluación de las informaciones va más allá del proceso de captación de noticias. Bourdieu afirma que para entrar en la pantalla de la televisión, “no hay discurso, ni acción que, para tener acceso al debate público, no deba someterse a una prueba de selección periodística, esto es, una formidable *censura* que los periodistas ejercen, sin saber de esto”. (1997: 67). En este caso específico, frente al imprevisto es

---

<sup>26</sup> Grifo del autor.

cierto que algunas materias que estaban siendo preparadas fallaron y dieron lugar al espectáculo que como veremos a continuación, es también una característica de este Noticiero. Seguro que si el departamento comercial de la televisión tuviera conocimiento de que algo iba a pasar hubiera vendido todo el espacio comercial con valores diferenciados para los patrocinadores y quizás apoyado a la familia de la víctima. Pero también, seguro que con el desarrollo de la historia en los días siguientes, esto serviría para aumentar las ventas de los espacios publicitarios del noticiero. Así valores organizacionales deberán interferir directamente en la producción de las *suites*<sup>27</sup> de esas noticias.

Según Bourdieu (1997) el índice elevado de audiencia puede transformarse en un arma peligrosa contra los principios básicos de la prensa que son: la verdad, la ciudadanía y la democracia. Pero la audiencia significa también mayor acceso con los poderes políticos y económicos, lo que, en general, causa un distanciamiento de los intereses del ciudadano común. De esta forma, el autor entiende que cuanto más audiencia obtiene un medio de comunicación, mayor es el riesgo de perder su rigor, una vez que deja de ser cuestionador, y pasa a dar importancia a la denominada ‘información-bus’, o sea, aquella información sin rigor, homogenizada.

Para la socióloga Gaye Tuchman (1983) *apud* Wolf (2002) la construcción de la noticia se articula de acuerdo con tres vertientes principales: La cultura profesional de los periodistas, los valores organizacionales y los procesos productivos. Según la cultura organizacional del medio de comunicación, el factor económico puede revelarse extremadamente influyente, pues influencia el trabajo de los periodistas. El periodismo, principalmente el de televisión, pasa a considerar el factor económico como una de sus prioridades, por cuestiones de supervivencia de la empresa. Siendo así, el programa teleperiodístico tiene como objetivo mantener la audiencia, porque sólo de esa forma garantiza los altos valores invertidos en intervalos comerciales. Por causa de esto, los programas teleperiodísticos siguen la línea editorial que, en muchos casos, tienen en cuenta aspectos puramente comerciales, sin preocuparse por la información periodística

---

<sup>27</sup> Suites son materias periodísticas que dan secuencia o continuidad a una noticia, sea por desdoblamiento del hecho, por tener nuevos detalles o porque acompaña un personaje.

para el público. En este proceso, muchas veces se acusa y se expone la vida de personas en la lucha por la audiencia.<sup>28</sup>

El negocio del teleperiodismo no es el periodismo. Su negocio es otro. Su negocio no es tampoco la vehiculación de contenidos. Los grandes conglomerados de televisión abierta tienen como negocio la atracción de miradas de la masa para después venderlas a los anunciantes (BUCCI y KEHL, 2004: 130).

El periodismo posmoderno está totalmente direccionado a la lógica capitalista, del marketing y de la publicidad, dejando de lado muchas veces la misión de informar.<sup>29</sup> La materia prima del periodismo es la información, considerado por Takahashit, (2004) el bien más valioso en la sociedad actual. Pero, cuando se trata de periodismo en el espacio televisivo, apoyados en una industria de comunicación, empresarios, personalidades y políticos trabajan para transformar este medio en un simple distribuidor de una información fabricada con características mercantilistas.

Además, los propios periodistas también actúan en este proceso de desmontaje del periodismo clásico, que busca la verdad, objetividad, imparcialidad-, una vez que en su propia rutina de trabajo, estos profesionales acaban confirmando la teoría del newsmaking, según la cual el proceso de producción de noticias es planeado como una rutina industrial, haciendo que la noticiabilidad sea negociada por productores, reporteros y editores, teniendo en cuenta factores como la organización del trabajo, procesos productivos pero casi nunca su relevancia social.

Buscando concordar con el análisis de Takahashit (2004) con respecto a la relevancia social de la producción periodística, veamos una vez más, el orden en que son presentadas las portadas de las materias principales del *Telefe Noticias a las 20h* del día

---

<sup>28</sup> El conductor, Rodolfo Barilli afirma: '*Habla el asesino de Candela*'. ¿Cómo? ¡Si el sospecho todavía no había sido juzgado!

<sup>29</sup> Farré (2004) califica ese tipo de periodismo como un atributo de la Neo-televisión. Término acuñado por primera vez por Umberto Eco.

19 de octubre de 2011. El orden utilizado por este noticiero no solo contradice la relevancia social, sino también, el orden de la proximidad geográfica de los hechos. Si observamos la segunda materia principal referente a la catástrofe ocurrida en Chile un año después. “Después del Tsunami, el drama que no termina en Chile” y la antepenúltima llamada que está relacionada con las “Elecciones Presidenciales” tuvo lugar, cuatro días después de la vehiculación de la materia sobre Candela, se podría deducir que el hecho ocurrido en Chile un año antes todavía en el criterio de relevancia aplicado por la producción del *Telefe Noticias a las 20h* tenga, siguiendo los criterios de relevancia aplicados por la producción de *Telefe Noticias a las 20h*, más pertinencia que las “Elecciones Presidenciales”.

La misma discordancia de relevancia se puede notar entre las materias que fueron puestas en la tercera y última posición. La tercera trata sobre el juicio oral del asesinato de un hombre llamado, Gonzalo Tcheran, quien fue asesinado delante de su mujer y su hijo. La llamada es presentada en un tono sensacionalista, como: “el caso que conmovió al país” y, la última, una materia de cuño político-, “¿Estás de acuerdo con extender la diagonal Sur hasta la 9 de Julio? Te contamos cual es el plan del gobierno porteño que abre una nueva polémica”- que en la forma espectacular en que fue presentada tomó la forma de una acción rabiosa por parte de la población en reacción al gobierno porteño.

Como enfatiza el autor de este texto en su primera frase, al igual que varios autores ya analizados, “Las elecciones presidenciales tanto en Brasil como en Argentina son temas muy importantes que afectan a casi toda la sociedad” pero aun así, los conceptos primordiales de una materia periodista, como: valores – noticias, noticiabilidad y responsabilidad social son descuidados por productores, reporteros y editores. Para entender mejor este descuido, es necesario explicar lo que algunos teóricos y estudiosos de la teoría de la comunicación<sup>30</sup> dicen a respecto de estos bienes periodísticos:

---

<sup>30</sup> Véase Golding/Elliot, 1979; Gans, 2004; Hohlfedt, 2001; Wolf, 2003; Barros Filho, 2003; Traquina, 2004.

➤ **El concepto de Noticiabilidad (*newsworthiness*)**

Autores latinoamericanos, norteamericanos y europeos afirman de forma unánime que el criterio de relevancia que define la noticiabilidad pasa por tres tópicos principales, la cultura profesional de los periodistas, la organización del trabajo y la organización de los procesos de producción de la noticia. Estos tres puntos, están inter-relacionados entre ellos. El primero, para la concepción de la noticia el profesional, trae consigo retóricas, estereotipos, representaciones de papeles sociales e ideologías que muchas veces son presentadas como naturales. Sin embargo, toda esta carga no es suficiente para la fabricación de la noticia, pues ella debe pasar todavía por un filtro establecido por la organización.

Son estas organizaciones que instalan muchas veces los órdenes profesionales y que en concordancia con los profesionales de la noticia consiguen definir lo que es noticiable. También son ellas que de acuerdo con Garbarino (1982) dan legitimidad al proceso de producción, utilizando fuentes para la selección de los eventos que vengán a transformarse en informaciones, al mismo tiempo que reduce las críticas del público. En esa perspectiva, el catedrático Marques de Melo (2003: 75) aclara dos preguntas cruciales: ¿hasta qué punto la selección de la información refleja exactamente la opinión de la empresa? O sea, ¿hasta dónde los dirigentes de una organización periodística controlan lo que será publicado?

El sociólogo Orlando Miranda en una investigación sobre el proceso de elaboración de la noticia en los periódicos de São Paulo constata que la ‘versión final de algunas’ materias periodísticas es siempre una negociación implícita entre el periodista y la parte empresarial. Basado en este análisis, Marques de Melo afirma que:

No hay dudas sobre el control que la institución periodística ejerce sobre lo que va a ser difundido en cada edición o emisión, tampoco hay dudas sobre las posibilidades que tienen los profesionales de interferir en este control. (MARQUES DE MELO, 2003: 76).

El autor cita instrumentos que disponen las empresas para controlar los profesionales partiendo de la propia estructura de las redacciones: con las redacciones verticalizadas, propias de las organizaciones complejas, las informaciones fluyen de una forma arriba-bajo, es decir, del editor jefe, pasando por el jefe de reportaje, llegando a los editoriales especializados, de esta forma se puede notar una subordinación entre los periodistas y los líderes que exigen el cumplimiento de las tareas y proporcionan instrumentos para corregir las distorsiones. El catedrático concluye su trabajo explicando que de una forma u otra, los propietarios de las empresas de comunicación terminan controlando el producto final y que algunos periodistas encuentran guaridas en las direcciones empresariales, al estar de acuerdo con la empresa y al buscar ante todo, la confianza de sus jefes. Finalmente, el autor aconseja a los periodistas que busquen una militancia política en las redacciones saber que siempre existen periodos en que las dimisiones y sanciones son inevitables.

Entonces podemos concordar con (WOLF, 2003:195-196) cuando afirma que:

La noticiabilidad es constituida por un complejo de requisitos preestablecidos por la empresa y exigidos para que un evento sea “noticiable” – del punto de vista de estructura del trabajo en los aparatos informativos y del punto de vista del profesionalismo de los periodistas – para adquirir la existencia pública de noticia. Todo lo que no corresponde a estos requisitos es ‘seleccionado’, una vez que no se muestra adecuado a las rutinas de producción y a los cánones de la cultura profesional.

Desmenuzando la citación de Wolf es posible afirmar que la noticiabilidad es un conjunto de criterios utilizado por las empresas de comunicación para elegir, entre tantos acontecimientos, los más palpables para la formación de la noticia. Podemos observar que los criterios noticiosos utilizados por la mayoría de las empresas de comunicación llevan a la fragmentación de la noticia, principalmente tratándose de noticieros televisivos, como es el caso del *Telefe Noticias a las 20h*. Rositi (1975) afirma que muchos noticieros presentan apenas una imagen fragmentada de la sociedad, interviniendo así en el producto de mayor valor de la sociedad contemporánea, la

información. Apoyando a Rositi, Epstein (1981) explica que los formatos rígidos de los noticieros televisivos con materias periodísticas de entre dos o tres minutos no es lo suficiente para explicar los hechos del día a día. ¿Será que es partiendo de este principio que *Telefe Noticias a las 20h* busca una fórmula diferente de narrar sus historias? ¿No contribuyendo con el criterios de noticiabilidad para la distorsión indeseada de la información?

Para Lance Bennet (2004) *apud* Canel (2006) El autor reconoce que la decisión de la noticia es un resultado de una compleja interacción entre los profesionales de la noticia y la clase empresarial, pero también entiende que la realidad de la producción de noticia en el siglo XXI ha cambiado tanto que se hace necesario revisar los modelos de Gatekeeping ofrecidos hasta el momento. Para ellos el ciclo noticioso ha cambiado; las informaciones tienen que ser enviadas constantemente y muchas veces en tiempo real, esto explica el hecho que la competencia entre las empresas haya aumentado considerablemente haciendo que muchos periodistas puedan inventar sus propias materias periodísticas para driblar y atraer audiencia.

Otro punto tratado por Lance (2004) es la cuestión de las informaciones políticas enviadas a los medios de comunicación. Para el autor, los propios políticos también entraron en el juego, produciendo materias personalizadas y teatralizadas para atender los reclamos de su propia audiencia. Con esto, queda claro también cómo cambia la producción de la noticia así como el proceso de decisión de la misma. En fin, la Noticiabilidad puede ser definida como un conjunto de normas establecidas por las empresas de comunicación con la finalidad de controlar y administrar el flujo y la calidad de acontecimientos que sirven de base para la selección de las noticias.

#### ➤ **Valores – Noticias**

Antes de conceptualizar el término ‘Valores – Noticias’ se hace necesario entender cómo los investigadores intentan definir lo que es ‘Noticia’. “*Los conceptos de noticia encontrados en los libros son fríos*”. Esta es la frase con que la profesora de Periodismo

de la Universidad de Brasilia, Thaís de Mendonça Jorge (2006) abre su artículo<sup>31</sup>. Para la autora, en algunos libros la noticia es tratada como una transcripción de un hecho. Otros autores, ven la noticia como algo que hace parte de la rutina de los profesionales de la prensa, o como una representación de la realidad, hasta los mismos profesionales que trabajan con ella todo el día no saben definirla. Esa inquietud, también está presente en los trabajos del investigador americano Neil Simon (1966) *apud* Golding and Elliott (1979), especialmente cuando el autor publica una entrevista entre una socióloga y un periodista y observa que las ideas del profesional de la prensa, que son transformadas en noticias, son retiradas de las propias noticias<sup>32</sup>. Golding and Elliott (1979:5) explicando la entrevista afirma que:

Para Félix [entrevistado]<sup>33</sup>, como para muchos periodistas, la idea de que la noticia es fabricada es enteramente extraña. La verdad, esa idea es extraña para las concepciones más populares de las noticias. Noticias es apenas lo que es, todo el mundo la reconoce cuando la ve, sin embargo el periodista profesional está dotado de un sentido más refinado al cual él se refiere, con orgullo, como una ‘nariz para la noticia’. Es solamente en años más recientes que las cuestiones sobre la noticia y su producción viene siendo puesta en evidencia.

En la citación, lo que Golding y Elliott muestran es la falta de conocimiento de lo que es noticia por parte de los profesionales de la prensa. La frialdad de la que habla Mendonça Jorge (2006) en el inicio de ese apartado, puede ser vista en los textos de Nilson Lage (2003) y Marques de Mello (2003). El primero define la noticia como una cobertura de los hechos que incluye eventos programados, por épocas esporádicas y Suites. El autor también afirma que una entrevista todavía puede ser tratada como noticia y aclara la diferencia entre noticia e información resaltando cuatro tópicos:

---

<sup>31</sup> El artículo, **A noticia e os valores notícias**. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. UNI revista - Vol. 1, n° 3: (julho 2006).

<sup>32</sup>Cecily: What field of endeavour are you engaged in?

Felix: I write the news for CBS

Cecily: oh! Fascinating

Gwendolyn: Where do you get your ideas from?

Felix: (He looks at her as though she's a Martian) From the News.

Gwendolyn: Oh, yes of course, Silly me. (GOLDING and ELLIOTT; 1979:5).

<sup>33</sup> Grifo del autor.

- La noticia trata hecho, acontecimiento que tenga elementos inéditos, intensidad, actualidad, proximidad e identificación que lo hagan relevantes. La información trata de un asunto determinado y no es, de facto, generador de interés.
- La noticia es independiente de las intenciones de los periodistas, la información surge de la intención de una ‘visión periodística’ de los hechos.
- La noticia y la información periodística tienen, en general, un grado diferente de profundidad en el trato del asunto.
- La noticia es de emergencia de un hecho nuevo, de su descubrimiento o relevancia, la información típica da cuenta de un estado del arte. (LAGE, 2003:114).

Marques de Melo (2002) encierra su concepto de noticia en la fórmula italiana de Domenico de Gregorio (1966) que a su vez tiene una semejanza metodológica con la de Dovifat. Marques de Melo está de acuerdo con la existencia de dos categorías: Noticias e Ideas, Domenico afirma que son estas categorías, las que establecen los contenidos de un periódico. El italiano busca explicar el manejo y las características de la noticias, mientras que el brasileño busca interpretar el concepto afirmando que:

La noticia presenta como una unidad de información que relata un hecho, mientras el noticiero se presenta como un mosaico de acontecimientos (noticias breves) y el resumen de una transición abreviada de las ocurrencias captadas por otras fuentes. (MARQUES DE MELO, 2002:50)

Barros Filhos (2003), concordando con Mendonça Jorge (2006), critica también la forma que la noticia es enseñada en las facultades de comunicación. Para él, la forma rígida<sup>34</sup> en que se enseña la construcción de la noticia es algo que hacen creer que la materia periodística es una descripción pura y simple de la realidad de los acontecimientos, cuando en realidad no lo es.

---

<sup>34</sup>El autor se refiere a la forma de enseñanza de las seis preguntas: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? y ¿Por qué?

Hasta aquí podemos afirmar que, habiendo respondido lo que es noticiabilidad y noticia, por ahora podemos hablar de una forma genérica sobre los valores-noticias basándonos en Golding/Elliott (1979), Wolf (2003) y Gans (2004). Golding/Elliott (1979) muestra dos caminos en que los valores-noticias pueden ser usadas, cuando trata de los *News values and news production* en su libro, *Making the news*.

Los valores-noticias se utilizan de dos formas. Son criterios de selección desde el material disponible para la redacción de esos ítems dignos de ser incluidos en el producto final. En segundo lugar, estos valores-noticias funcionan como directrices para la presentación de los ítems, sugiriendo lo que debe ser destacado y lo que debe ser omitido, y dónde hay que dar prioridad en la preparación de los ítems que serán presentados al público. Los valores-noticias son, por tanto, reglas prácticas que comprenden un corpus de conocimientos profesionales que implícita y, muchas veces explícitamente, explican y guían los procedimientos del trabajo de la redacción. No es cierto como frecuentemente se sugiere que están más allá de la comprensión de los periodistas, incapaces y poco dispuestos de articularlos. De hecho, los valores-noticia están constantemente presentes en las interacciones cotidianas de los periodistas y en su cooperación profesional. Sin embargo, ellos constituyen todavía referencias claras y disponibles de los conocimientos compartidos con respecto a la naturaleza y de los objetivos de las noticias o referencias que pueden ser utilizadas para facilitar la elaboración compleja y rápida de los noticiarios. Los valores-noticias son cualidades de los eventos o de su construcción periodística, cuya ausencia o presencia relativa los recomienda para su inclusión en un producto informativo. Cuanto más un acontecimiento exhibe esas cualidades, mayores son sus

oportunidades de ser incluido. (GOLDING/ELLIOTT, 1979: 114).<sup>35</sup>

Para Wolf (2003), los valores-noticias, son simplemente un componente de la noticiabilidad. Los valores-noticias buscan responder a determinadas pregunta como: ¿cuáles son los acontecimientos y sus respectivos peso social y significancia para ser transformados en noticias? Este autor resalta dos aspectos que juzga como importantes: primero que, inclusive si los valores-noticias son identificados de forma individual para que ellos sean transformados en noticias deben ser puestos de forma conjunta. Segundo que, los valores- noticias no son encontrados apenas en el momento de la selección de la noticia sino también en el momento de posproducción. Esto es visible en la primera página de un periódico o en la llamada de un noticiero televisivo.

El autor explica también que presentar el “proceso de elegir” como una fórmula rígida es un engaño pues los valores-noticias cambian de acuerdo con el periodo histórico y la cultura profesional. Igualmente, el autor afirma que los valores-noticia deberían ser fácilmente revisados y puestos en práctica. Gans (2004) trae la cuestión de los valores-noticias dentro del proceso de producción hecho por los periodistas. Para el autor, los periodistas no pueden desde el inicio valorar los hechos que serán publicados en forma de noticias, por eso, ellos deben hacer que ese trabajo se torne su rutina de trabajo.

Los periodistas se esfuerzan por ser objetivos, pero ni ellos, ni nadie puede, al final, proceder sin valores. Además, los juicios de la realidad nunca están completamente ausentes de valores. La opinión según la cual el presidente y los principales

---

<sup>35</sup> **Traducción del Autor.** News Values are used in two ways. They are criteria of selection from material available to the newsroom of those items worthy of inclusion in the final product. Second, they are guidelines for the presentation of items, suggesting what to emphasize, what to omit, and where to give priority in the preparation of the items for presentation to the audience. News values are thus working rules, comprising a corpus of occupational lore which implicitly and often expressly explains and guides newsroom practice. It is not as true as often suggested that they are beyond the ken of the newsman, himself unable and unwilling to articulate them. Indeed, they pepper the daily exchanges between journalists in collaborative production procedures. Far more they are terse shorthand references to shared understandings about the nature and purpose of news which can be used to ease the rapid and difficult manufacture of bulletins and news programmes. News values are qualities of events or of their journalistic construction, whose relative absence or presence recommends them for inclusion in the news product. The more of such qualities a story exhibits, the greater its chances of inclusion. GOLDING/ELLIOTT, 1979: 114.

funcionarios públicos representan a la nación, por ejemplo, implica una aceptación, sino una preferencia por ese estado; de lo contrario, las noticias que cuestionan si el presidente realmente, de hecho, representa a la nación serían más numerosas. Los valores en las noticias raramente son explícitos y deben ser encontradas entre líneas - en qué actores y actividades son relatados y cómo ellos son descritos. Si una noticia se refiere a las actividades que se consideran generalmente indeseables y cuyas descripciones contienen connotaciones negativas, entonces la historia implícitamente expresa un valor sobre lo que es deseable. (GANS: 2004:39-40).<sup>36</sup>

Más adelante Gans (2004) también muestra cómo actúan los valores-noticias:

La selección de las noticias es un proceso de decisión y de elección realizado rápidamente. [...] Los criterios deben ser aplicables de manera fácil y rápida, de modo que las elecciones puedan ser hechas sin muchas reflexiones. Consideraciones simples también ayudan a los periodistas a evitar incertidumbres excesivas sobre el hecho de haber efectuado o no la elección apropiada. Por otro lado, los criterios deben ser flexibles para poderse adaptar a la variedad de eventos disponibles; además, ellos deben ser relacionables y comparables, visto que la conveniencia de una noticia depende siempre de cuales otras están disponibles. [...] Los criterios deben ser también fácilmente racionalizados, de forma que, si una noticia tiene que ser substituida por otra, haya siempre un motivo aceptable para

---

<sup>36</sup> **Traducción del Autor.** Journalists try hard to be objective, but neither they nor anyone else can in the end proceed without values. Furthermore, reality judgments are never altogether divorced from values. The Judgment that the president and leading public officials represent the nation, for example, carries with it an acceptance of, if not a preference for, this state of affair; otherwise, stories which investigate whether the president does, in fact, represent the nation would be more numerous. The values in the news are rarely explicit and must be found between the lines - in what actors and activities are reported or ignored, and how they are described. If a news story deals with activities which are generally considered undesirable and whose descriptions contain negative connotations, then the story implicitly expresses a value about what is desirable. (GANS: 2004:39-40).

hacerlo. Finalmente, pero no menos importante, los criterios son orientados para la eficiencia, a fin de garantizar la oferta necesaria de noticias adecuadas, desperdiciando un mínimo de tiempo, esfuerzo y dinero. (GANS: 2004, 82-83).<sup>37</sup>

Lo que propone Gans (2004), o mejor la salida para la problemática en la citación arriba mencionada, es un gran número de criterios, y que la disponibilidad de noticias puedan ser juzgadas de diversas bases, algunas hasta contradictorias. El autor aconseja que para evitar un caos en la evaluación de las noticias debe haber un consenso entre los periodistas y la base jerárquica de las organizaciones.

### ➤ **Responsabilidad Social**

Considerando este aspecto, se puede afirmar que las noticias son producidas para ser vendidas. El ejemplo propuesto en el subcapítulo, todas las especulaciones creadas en torno a lo acontecido, ‘El caso Candela’, desencadenó *suites* que contribuyeron a mantener vivo un asunto que pudo ser enterrado máximo en una semana, o que mínimo no tendría que dar tanta importancia al hecho ocurrido. En las entrelíneas, la impresión que se tiene es que hay intereses por parte de una cadena política, económica y comunicacional, es decir, una acción política e ideológica “externa” a los medios de comunicación<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup>**Traducción del Autor.** Story selection is a decision-making and choice-making process, but a hurried one. [...] Instead, they act on the basis of quick, virtually intuitive judgments, which some ascribe to “feel.” As a result, the considerations must be quickly and easily applicable so that choices can be made without too much deliberation. Simple considerations also help journalists avoid excessive uncertainty about whether they have made proper choices. Conversely, the considerations have to be flexible so that they can be adapted to the endless variety of available news; and they have to be relational and comparable, since the suitability of one story always depends on what others are available. [...] The considerations must also be easily nationalized so that if one story is replaced by another, an acceptable reason for doing so is always at hand. Last but hardly least, the considerations are designed for efficiency so as to guarantee the necessary supply of suitable news with the least amount of time, effort, and, if possible, expenditures which can wreak havoc with the budget. (GANS: 2004, 82-83).

<sup>38</sup>**Teorías de la Acción Política o Ideológica.** De acuerdo con (KUNCZIK, 2002) y (SOUZA, 2002) Las teorías de acción política presupone que las noticias son como son, porque intereses políticos e ideológicos así las determinan. Esa teoría trata de las fuerzas ideológicas que influyen los medios periodísticos y no necesariamente, de la influencia ideológica de los medios de comunicación en la sociedad. “En una visión político-económico, la ‘propiedad’ podría ser el factor principal en la promoción de un control ideológico de la clase dominante sobre las organizaciones mediáticas. Si la propiedad de los medios está en las manos del Estado, ellos podrán reflejar la ideología del poder estatal” (SOUZA: 2002:45).

La relación de dependencia (económica-comunicacional) que para algunos investigadores ocurrió con la industrialización de la prensa limitando la independencia periodística de muchos profesionales que trabajan en el área política y económica tiende a crecer con la implantación de los nuevos medios. Todo eso debido a la capacidad de los medios en convertir varios fenómenos en espectáculos, objetivando un gran número de publicidad y marketing.

Las investigadoras Maia e Spínola (2006) al profundizar los estudios sobre las rutinas productivas, traen la idea de que los subsistemas políticos, económicos e comunicacionales se influyen unos a los otros de modo a interferir en las rutinas productivas del periodismo. Para las autoras:

Los medios son comprendidos como un subsistema social compuesto por un conjunto de instituciones típicas de un grupo de especialistas. Como todo subsistema, los medios cuentan con una relativa autonomía [independientemente del control ejercido por otros grupos o instituciones de otros subsistemas.] Las interacciones establecidas con el ambiente circundante, con grupos e instituciones de otros subsistemas, no dependen exclusivamente de las instituciones o de intereses de los actores participantes, pero sí, del modo de operación determinado internamente, que actúa como mecanismo de autorregulación. (MAIA E SPÍNOLA, 2006).

Lo paradójico de toda esta historia es que el noticiero *Telefe Noticias a las 20* al dar tanta relevancia al tema de la muerte de Candela, se mostró poco preocupado por mantener el público informado al respecto de cuestiones mucho más importantes y más próximas, que probablemente afectarían de forma más directa a la vida de los telespectadores. ¿Qué servicio de utilidad pública o función social estaba ejerciendo el noticiero de mayor audiencia de la cadena de televisión Telefe al dedicar casi 1/3, o sea, 33% de su horario noble<sup>39</sup> a esta información? En este caso, ¿el público no estaba excluido del proceso de la comunicación, siendo apenas meros telespectadores y un

---

<sup>39</sup> Horario que va desde las 20h hasta las 22h.

número más del *Rating*<sup>40</sup> de Audiencia? Frente a esta situación ¿dónde queda el papel democrático de los medios y de las comunicaciones? El autor Jean Ekecrantz (2010) en su artículo, ‘Espectáculos Mediatizados y la Comunicación Democráticas – entre la hegemonía global y la acción cívica’, trae la siguiente afirmación que puede ayudarnos a responder a esta pregunta:

La comunicación democrática tiene poco que ver con espectáculos mediatizados de una sociedad moderna saturada de media, sean ellos llamados de noticiero, debates públicos o cualquier otro nombre. Esto indica que hay algunas variedades de shows mediatizados, en el cual participan celebridades de la política y de otras áreas, con el propósito de auto-promoverse, en vez de concentrarse en debates serios sobre las cuestiones reales. Nosotros no tenemos, aquí, diálogos de interés público, discusiones abiertas, sino disputas espectaculares delante de espectadores como un entretenimiento de palco. (MAIA E SPÍNOLA, 2006, p. 96).

El sociólogo portugués, José Luis García (2009) también es enfático cuando habla del modelo de periodismo que no responde a una, de sus funciones principales, la responsabilidad social.

Ser apacible, visiblemente atrayente, presentar noticias ligeras, breves y cercanas al cotidiano del lector, historias cortas sobre la vida de las celebridades – es esta la fórmula cada vez más convocada para competir en un mercado en convulsión. Todo el contenido con valor de mercado – medido en y ventas – tiende a ser confundido con información periodística. Modelos de periodismo amparados en prácticas que no distinguen la información de su invención y hasta de su falsificación, que

---

<sup>40</sup> Sobre el caso Candela del 19 de octubre de 2011, el *Telefe Noticias a las 20h*, el principal noticiero de la red de televisión alcanzó el pico del Rating con 12.7 y un Mínimo de 11.8, perdiendo apenas con el noticiero de la Tele Noche que llegó a pico de 17.9. <http://www.telefenix.com.ar/2011/10/los-ratings-de-telefe-noticias-vs.html> Acceso en: 20.10.2011.

mezclan información con entretenimiento evasivo [...] empiezan a tornarse predominantes. (LUIS GARCIA, 2009: 31).

Para el sociólogo, el periodismo llamado de referencia está cada vez más direccionado a un público social selecto, reducido. Este tipo de periodismo descrito en la citación arriba, privilegiado en Portugal como en España, es llamado por Félix Ortega como “Periodismo sin Información”.

### 2.3. Gatekeepers

El periodista no es inocente ni mucho menos culpable. Él es más una pieza clave que mantiene el engranaje del sistema productivo de información y noticias, funcionando. (Lage, 2001: 149).

El término, *Gatekeeper* utilizado por los teóricos representa las elecciones de las noticias por un sistema de evaluación. Este término fue utilizado por la primera vez en un estudio publicado por Kurt Lewin en 1947, relacionado a las dinámicas que actúan en el interior de los grupos sociales (Wolf, 2003). En el campo de las teorías del periodismo fue difundido por David Manning White, en 1950, cuando publicó el concepto que definía al periodista como un seleccionador de noticias en la revista *Journalism Quarterly*. De acuerdo con los estudios de Levin, “Los ‘gates’ están regidos por reglas imparciales o por un grupo ‘en el poder’ que toma la decisión de ‘dejar pasar’ o ‘rechazar’ una noticia.” (WHITE in TRAQUINA, 1999:142). Para Lewin, la comprensión de las funciones de los *gates*, facilita el entendimiento del ‘porqué’ de los trabajos desarrollados por los Gatekeepers.

En relación a la definición sobre lo que es Gatekeeper se observa una cierta unanimidad entre varios estudiosos, desde los europeos, pasando por los sudamericanos hasta los norteamericanos. Para los alemanes por ejemplo, Gatekeeper no es nada más que un ‘guarda-redes o un guarda-represa’. En las ciencias sociales, lo designan metafóricamente, como una persona superior, que está en una posición privilegiada,

donde controla todos los factores que influyen en el proceso de decisión. Janisch (1998)<sup>41</sup>.

Para la mayoría de los brasileños, esta función de seleccionador/portero (*gatekeeper*) es del propio periodista. Es él quien decide lo que pasa y lo que no pasa en la redacción. Siguiendo esta teoría, solamente se convierten en noticias, aquellos acontecimientos que pasan por el portón (*gate*). Para Pena (2005) el papel del periodista en este caso es dar continuidad al tratamiento del hecho, transformándolo en noticias, o pudiendo sacarlo de una forma arbitraria y subjetiva. Igualmente, de acuerdo con el autor, esta forma de selección perdió fuerza con los estudios sobre la construcción social de la realidad<sup>42</sup>, por lo cual, el *gatekeeper* estaba mucho más próximo de sus influencias profesionales y de la rutinización de la producción de la noticia (*newsmaking*) que de una evaluación individual de noticiabilidad<sup>43</sup>.

Jorge Pedro Souza (2002) se aproxima más de los norteamericanos cuando clasifica las acciones personales de los periodistas como: imparciales, neutras y participantes. Las imparciales para el autor están lejos de existir. Las neutras son meros canales de información que recogen, procesan y difunden las informaciones. Las participantes son como los *watchdog*<sup>44</sup> que tienen la función de descubrir e desarrollar las historias.

---

<sup>41</sup> Véase Kleinsteuber; Weischenberg/ Poerksen (Hg.). In: Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH. 2005

<sup>42</sup> sobre la construcción social de la realidad véase: Alfredo Schutz con la teoría fenomenológica surgida en 1940 y 1950. La contribución a la teoría de la comunicación vino con la teoría socio-fenomenológica y la etno-metodología. También puede verse: Saperas, (1985), Luís García (2009), Gans (2004), Golding-Elliott (1979). De Barros Filho (2003), Traquina (1999), Wolf (1992; 2003) y Aubenas-Benasayag (2005).

<sup>43</sup> **Definición de la función del periodista:** El periodista en el cuadro de la organización profesional que realiza sus actividades, puede ser caracterizado como detentor del primer tipo de papel, al cual Berger y Luckmann se refieren (o de la representación simbólica del orden institucional), ejerciendo por eso mismo, un permanente proceso de objetivación de las formas del conocimiento que transmite, y realizando paralelamente, una actividad procesual de auto-legitimación. En una forma más compleja, los papales gozan de una gran importancia estratégica en una sociedad, ya que representan, no solamente esa o aquella institución, sino también la integración de todas ellas en un mundo con significados. (BERGER y LUCKMANN: 1979, 99 *apud* SAPERAS: 1987, 144-145). En ese mismo sentido Grossi orientado por Berger y Luckmann afirma que la profesión periodística se puede definir como una actividad social especializada en la construcción de la realidad, que resulta de una objetivación de segundo grado, (GROSSI: 1985, 384 *apud* SAPERAS: 1987, 147).

<sup>44</sup> Véase Nieman Foundation for Journalism at Harvard (2012): Investigative Journalism: Being a Watchdog, Getting Paid, Cambridge. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/professor.aspx?id=100016>. Acceso en: 01.05.2012. Véase también la tesis de Máster de Josuel Mariano da Silva Hebenbrock, particularmente los capítulos, 2 que trata las teorías del Periodismo de Investigación y el capítulo 5 que tiene a Brasil como un estudio de caso.

Para Jorge Pedro Souza (2002) en las noticias siempre habrá la acción personal de quien la produce, incluso si es temperada con otras fuerzas, en ese caso la fuerza, política, económica o empresarial. Las noticias son el fruto de una interacción entre el periodista y las demás acciones; sociales, organizacionales, ideológicas, del medio físico, tecnológico e histórico.

En el texto de David Manning White, '*El gatekeeper: un análisis del caso en la selección de noticias*' publicado por la primera vez en 1950, el autor, después de describir minuciosamente el proceso de selección de noticia por un editor telegráfico, llamado Mr. Gate, percibe que hay temas que son rechazados de inmediato por varios motivos, como: tiempo, espacio, formulaciones de frases erróneas, estructuración mal hecha de noticia (lead), ideología política, temas triviales, etc. Pero, hay otras que son guardadas para ser evaluadas un poco más adelante, pudiendo ser publicadas otro día. Pero, un hecho que llama la atención de White, es el de saber ¿Por qué las noticias políticas gozan siempre de un lugar privilegiado en la preferencia del Mr. Gate?

La conclusión a la que llega White en su estudio, es que en primer lugar en el ranking de preferencia del editor telegráfico están las noticias de interés humano y, en segundo, las noticias políticas. Sin embargo, esa calificación fue contestada por Mr. Gate, cuando responde la pregunta.

¿Piensas que tienes algunos preconceptos que puedan afectar la elección de una noticia? Respecto a las preferencias, prefiero las historias de interés humano. Mis otras preferencias van hacia las noticias bien compuestas y talladas para servir nuestras necesidades (o adecuadas a nuestras políticas editoriales). (WHITE, 1950 in TRAQUINA, 1999: 150).

Lo que lleva a White a creer que los temas políticos son la segunda opción en las preferencias de Mr. Gate es que en el departamento de 'despacho recibido' organizado por el editor telegráfico, *Política* siempre ocupaba el quinto lugar y aun sacando las casi 10 *inches* reservadas al apartado de política local, *Política* alcanza el segundo lugar. Quiriendo hacer explícito una parte del proceso de Gatekeeping este estudio busca

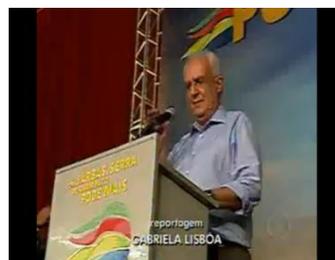
ilustrar la teoría con un ejemplo práctico, analizando la materia, *Jarbas y Serra abren Campaña política en el Estado*. Se trata de una noticia política publicada en el día, 28.05.2010 en el noticiero *NE TV - 2ª edición* de la Red Globo<sup>45</sup>. El análisis cuenta con la contribución de los reporteros que trabajaron en la materia, Evaristo Filho y Gabriela Lisboa. Para una mayor comprensión del proceso de Gatekeeping también se buscó analizar las portadas principales de los periódicos locales, publicadas en la misma fecha, para saber si las escaladas del *NE TV - 2ª edición*, fueron también pautadas en estos periódicos.

### **NE TV 2ª Edição Rede Globo Nordeste**

**Imagen 3: Conductor**



**Imagen 4: Senador**



28.05.2010 Conductor: Hugo Esteves/ **Imagen: 5** TV-Globo/ Pre-candidato: Jarbas Vasconcelos, PMDB

La materia periodística de 2 minutos y 22 segundos trata sobre la apertura de la precandidatura a gobernador del Estado de Pernambuco (Jarbas Vasconcelos, PMDB), la publicación del nombre a vicegobernador, (Miriam Lacerda, DEM), una precandidatura al senado (Marco Maciel, DEM)<sup>46</sup> y la presentación del pre-candidato a presidente de la República de Brasil (José Serra, PSDB). La Red Globo de Televisión tiene su central de periodismo en la ciudad de Rio de Janeiro, donde se exhibe y controla el *Jornal Nacional*<sup>47</sup> así como varios otros telenoticieros que son producidos por las sucursales en gran parte del territorio brasileño. En la ciudad de Recife<sup>48</sup> existe la Red Globo

<sup>45</sup> El *NE TV 1ª Edición* es exhibida a las 12:50 de lunes a viernes y el *2ª Edición* es exhibido también de lunes a viernes a las 19:15. Siguiendo el horario de Brasilia, capital.

<sup>46</sup> En el Senado brasileño cada Estado debe ser representado por 3 senadores y ellos tienen cargo político por 8 años, pudiendo ser reelectos cuantas veces quieran, mientras el presidente ocupa el cargo por apenas 4 años y tiene derecho a ser reelecto por 4 años más.

<sup>47</sup> Objeto de investigación de esa tesis y que será analizado en el capítulo 4. 'Campañas Electorales en Brasil 2010'.

<sup>48</sup> Recife es la capital de Pernambuco y está localizada a 2338 kilómetros de la Central Globo de Producción - Rio de Janeiro.

Nordeste que produce su propio noticiero de formato regional, quien a su vez produce materias periodísticas para el *Jornal Nacional*.

La portada del *NE TV – 2ª Edición* fue:

- Compesa<sup>49</sup> reduce en casi 42% las tasas de agua y aumenta el número de familias beneficiarias.
- Descubiertas armas y objetos de lujo en una cárcel de Pernambuco
- Jarbas y Serra abren Campaña política en el Estado.

En esta breve explicación ya podemos observar que la noticia de formato político toma la última posición, después de las noticias de interés humano. Caso muy similar con el que fue presentado por White en 1950, donde las materias de temas políticos también aparecen después de las de interés humano.

### Portadas de las primeras páginas de los periódicos pernambucanos.

Imágenes 6: Folha de Pernambuco/ Jornal do Commercio/ Diário de Pernambuco



Edición 28.05.2010.

Como podemos observar en los tres ejemplares arriba expuestos – *Folha de Pernambuco, Jornal do Commercio e Diário de Pernambuco* – los dos primeros no tienen nada al respecto de la pre-candidatura a gobernador del Estado de Pernambuco (Jarbas Vasconcelos, PMDB), solamente el último, presenta una foto con una leyenda

<sup>49</sup> Empresa Pernambucana de Saneamiento.

diciendo que el candidato a presidente de Brasil, José Serra apoya la candidatura del candidato del PMDB. Pero mirando las portadas de los tres periódicos podemos ver que es la misma escalada del *NE TV 2ª edición*. En este orden podemos concordar que los periódicos son los medios de comunicación que pautan los medios televisivos. Lo que confirma la teoría organizacional defendida por Pierre Bourdieu (1997) cuando habla de la pauta consensual, es decir, los periódicos se pautan el uno con el otro, en un proceso llamado de ‘circulación circular de las noticias’. Para Ciro Marcondes Filho (2009) la auto-referencialidad consiste simplemente en que las llamadas principales de un vehículo de comunicación se tornan pauta para los otros.

Para Felipe Pena (2005: 135), los periodistas viven en una comunidad periodística:

El intercambio de experiencias, el compañerismo, los consejos, el vocabulario específico y el ambiente de ‘tribu’ es decisivo en las elecciones hechas por los periodistas e influencia directamente al noticiero.

Al hablar de consenso y órdenes vigentes es necesario recorrer el camino de Gramsci *apud* Grehan (2002). Para este autor la hegemonía es la forma como el orden vigente mantiene su dominio. Según el autor, cuando se busca alcanzar la hegemonía hay que producir el consentimiento en masa para el orden establecido. En la visión de Souza (2002: 76) los periodistas:

Al aceptar las interpretaciones oficiales de los acontecimientos, al centrarse en las fuentes de poder concentradas en los círculos de las elites dominantes y al marginalizar deslegitimando las voces alternativas o la de los ciudadanos sin gran poder, los medios de comunicación servirían a una hegemonía que no necesitaría recurrir a la coerción. Las noticias tendrían las marcas de esa hegemonía.

Otro autor que trabaja con el concepto de consenso, es Stuart Hall (1997) cuando afirma que los medios de comunicación perpetúan las ideas dominantes por medio del lenguaje y de sistemas simbólicos. Puede concluirse racionando, concordando con Gramsci, que el

control social es mantenido por medio de consenso en el debate público. Los medios de comunicación tienen una función hegemónica por producir una ideología que integra valores y normas de consenso común, esto sirve para reproducir y legitimar la estructura y el orden social, el autor afirma también que este orden es transmitido de forma natural y no coercitiva.

Como se afirma en la introducción de esta tesis, las elecciones presidenciales son temas importantes que afectan a casi toda la sociedad. El tema electoral en la televisión no podría ser diferente.

Por está en un año electoral y tratarse de una elección mayoritaria se hace necesario una cobertura periodística intensiva. Lo que pasa es que las elecciones sólo ocurrirían en septiembre y todavía estábamos en mayo, pero los temas políticos siempre ocuparon una buena posición en la estructura del noticiero. (EVARISTO FILHO, entrevistado en: 11.5.2012).

Pero lo que nos interesa en el momento es entender cómo se produjo la materia “*Jarbas y Serra abren Campaña política en el Estado.*” La cual tuvo 2’22” en el noticiero *NETV- 2ª Edición* y apenas 16” en el *Jornal Nacional*. El momento electoral siempre se destaca en las redacciones, los reporteros deben cubrir diariamente determinados partidos y líderes políticos. De acuerdo con la investigadora portuguesa, Estrela Serrano (2005) las agendas de los diputados durante el año electoral son lanzadas al inicio de cada semana para que los periodistas sepan, quién, cuándo, cómo, por qué y dónde estarán los candidatos. De esta forma podemos observar que la reunión de pautas de los medios de comunicación también se hace por encima de las agendas políticas de los candidatos.

Para los reporteros de la materia analizada, la sugerencia de pauta partió del editor jefe del *Jornal Nacional*, William Bonner directamente para el editor de texto y productor del teleperiodismo, Charles Tricot<sup>50</sup>. Ubicado en Recife, Tricot indica la pauta para los reporteros que producen el *NETV 2ª Edición*. El motivo de la indicación de la materia

---

<sup>50</sup> Charles Tricot es el brazo derecho del *Jornal Nacional* en la sucursal de Recife.

por parte de la producción del *Jornal Nacional* no era solamente porque sería lanzada la pre-candidatura del gobernador de Pernambuco Jarbas Vasconcelos junto con su vicegobernadora, sino también porque estaría presente en la abertura, el candidato a presidente de Brasil, José Serra.

Para la reportera, Gabriela Lisboa, el proceso de selección de una noticia es un proceso sigiloso. En las reuniones de pauta, la presencia es únicamente obligatoria para los editores y los productores. Los reporteros no tienen obligación de estar presentes en estas reuniones porque su trabajo es mucho más externo, pero retornando a la redacción, ellos ya saben claramente cuáles son los tópicos a seguir en la metería, y cuáles son las imágenes que deben ser captadas por los cámaras.

En casos como éstos, muchas veces las imágenes que deben ser captadas y la forma textual de la materia son criterios preestablecidos por la central en Rio de Janeiro. Aquí lo que hacemos es acrecentar algo que tenga que ver con las características del noticiero local. En la redacción ya tenemos el conocimiento de con quién tenemos que hablar, de cuáles son las principales preguntas que deben constituir la materia y muchas veces en qué parte del discurso puede ser hecho un off. (GABRIELA LISBOA, entrevistada en: 15.05.2012).

La materia analizada “*Jarbas y Serra abren Campaña política en el Estado*” fue publicada en el *NE TV 2ª Edición* con una llamada del estudio (Conductor - Hugo Esteves), dos sonoras (Reporteros - Evaristo Filho y Gabriela Lisboa), una noticia cubierta (reportero) y un off (texto leído por el reportero en un cabina de audio.) después de editada la materia llegó a 2’22” para ser vehiculada en el noticiero local (Recife). En el *Jornal Nacional* (Rio de Janeiro) la materia salió intitulada; “*El Candidato del PSDB, José Serra abre campaña en Pernambuco*” y apenas como una noticia cubierta de 16”, donde fue cortado por el editor de texto (Gatekeeper), Charles Tricot todo lo que estaría en exceso, para poder ser acepta por el Gatekeeper, William Bonner. Después de editada, se observan varios cortes en la materia principal. La noticia donde se oían las palabras de Jarbas Vasconcelos y de su vice, Miriam Lancerda, da

lugar a la voz de Serra hablando a favor de la construcción de una guardia nacional contra el tráfico de drogas y armas, como también de la necesidad de buscar más desarrollo para la región nordeste del país.

Para Bonner (2009) las materias que deben ser vehiculadas en el *Jornal Nacional* deben pasar por dos tipos de filtros, el criterio primario y el secundario. De acuerdo con el primero, la materia debe estar dentro de un concepto de cubrimiento, que tenga un carácter histórico, un peso contextual y ser importante como un todo, pero otro aspecto que no puede dejar de tener la noticia es la gravedad de las implicaciones. Ya en el segundo punto está clasificado por la complejidad del tema y el tempo del noticiero. “Todo ese tipo de selección sirve para separar lo que va a ser publicado, de lo que probablemente no lo será.” (BONNER, 2009:105).

Renata Echeverria, (2012) en un minucioso trabajo sobre el papel del Gatekeeper del *Jornal Nacional* en la redacción de Recife, Charles Tricot, quien ejerce la función de productor y editor de texto; se muestra crítica con respecto al posicionamiento del conductor y editor jefe (Rio de Janeiro), William Bonner, cuando Tricot reporta algunas materias que deberían ser vehiculadas en el *Jornal Nacional*. Echeverria ilustra su texto con una fotografía sobre la caída de un avión en la ciudad de Recife en 2010, donde murieron todos los pasajeros del avión. Luego de la llegada de la noticia a la redacción de Río de Janeiro, Bonner envía por email a la directora de periodismo de la TV Globo Recife una forma de guion de preguntas, tales como:

1. ¿Cuántas personas había a bordo?
  2. ¿Hubo testigos?
  3. ¿El piloto intentó alguna maniobra para evitar chocar contra los edificios?
- (ECHEVERRIA, 2012: 116).

Después de esto, Bonner explica a Tricot en qué forma las dos materias que entrarían en el *Jornal Nacional* de aquella noche deberían ser conducidas. La postura autoritaria del conductor y editor jefe del *Jornal Nacional* (Río de Janeiro) y la pasividad de la redacción del *Jornal Nacional* en Recife, representada por Charles Tricot junto con el restante de la redacción del NE TV 2ª edición llamó la atención de la investigadora

Echeverría (2012). Ella se pregunta si la redacción en Recife no tiene competencia y autonomía suficiente para conducir las materias. Otro punto importante observado por la investigadora es que la redacción local no veía nada extraño en esta práctica adoptada.

Al contrario, ellos [la redacción de Recife]<sup>51</sup> aceptaron el encaminamiento y direccionamiento de los dos VTs de una manera, un tanto natural. Editores, productores y reporteros acompañaron al comando dado por el editor jefe y el conductor del *Jornal Nacional*. (ECHEVERRÍA, 2012: 117).

La ‘soberanía’ del editor jefe y conductor del *Jornal Nacional* detectada por Echeverría también puede observarse en la forma en que Mr. Gatekeeper conduce su selección de la noticia en las palabras de White (1950). Para (WHITE *apud* TRAQUINA, 1999: 150), “en la medida en que ese gatekeeper es representativo de los editores telegráficos como un todo, no parece existir elecciones conscientes de las noticias por categorías.” Traquina (1999) informa que muchas veces las decisiones son tomadas por superiores a los editores.

Para Wolf (2003) el proceso de Gatekeeping abordado por White tiene su valor pero, va mucho más allá de detectar los gates del proceso de filtración, como también de las decisión y evaluación de noticiabilidad personales de los periodistas. Después de los ejemplos citados, como: las materias sobre la pre-candidatura del gobernador, Jarbas Vasconcelos 2010 y la caída del avión en la ciudad de Recife en 2010, podemos concluir y concordar con Wolf (2003), cuando afirma que:

En la transmisión del mensaje por medio de canales, se puede envolver mucho más que una simple aceptación o rechazo. [...] El gatekeeping, en el medio de comunicación de masas, incluye todas las formas de control de la información. Estas pueden ser determinadas en las decisiones sobre la codificación de los mensajes, en la selección o la formación de los mensajes, en la difusión, la programación o la exclusión de todo el mensaje o de

---

<sup>51</sup> Subrayado del Autor.

sus componentes. (DONOHUE-TICHENOR-OLIEN *apud* WOLF, 2003: 186).

Así podemos concluir que el trabajo de gatekeeping no es sólo de la forma, como afirma Pena (2005) y algunos estudiosos en Brasil, sino que más bien se trata de un proceso minucioso que va desde el proceso personal de evaluación de un periodista, hasta los criterios organizacionales. La relación de poder entre los medios de comunicación y la política es algo que permea toda la historia de la comunicación en Sudamérica. La influencia y aproximación de estos medios con el poder político son los temas del próximo capítulo.



### **3. TELEVISIÓN Y POLÍTICA EN BRASIL Y ARGENTINA**

Este capítulo está dividido en cuatro puntos, donde el objetivo principal es mostrar la relación de poder de los dos medios de comunicación- Red Globo y Telefe Noticias- con la política. El primer subcapítulo tiene por título, *la Red Globo y su influencia en la esfera política brasileña*, donde se puede ver la influencia mediática sobre los pleitos electorales de 1994, 1998, 2002 y 2006. El poder de la Red Globo también es reflejado en el 26° Congreso Brasileño de Radiodifusión – ALBERT en 2012, donde autoridades y empresarios debatían el futuro de la radiodifusión del país.

Aún sobre Brasil, el según punto intitulado *La política mediatizada*, donde discusiones teóricas a respecto del concepto de ‘Comunicación Política’, entre investigadores como: Mazzonleni (2010), Ruiz (2010) y Felix Ortega (2011) son confrontados con ejemplos concretos, como el debate político organizado por el *Sitio Folha/UOL* y el debate televisivo de la Red Globo. En este punto también se cuestiona la supremacía de la política sobre los medios. Por parte de la Argentina el tópico 3.3 tratará de la aproximación de Telefe – Canal 11 con el poder político, caso histórico en este país. En este apartado se podrá ver la crisis política contramediática a partir de 2001 – 2003, la relación de los Kirchner con Telefe y por último, las críticas a los periódicos, *Clarín* y *La Nación*. El último apartado que trata de la espectacularización de la política en Argentina se cuestiona como los medios masivos de comunicación y la política vienen tratando temas como: Islas Malvinas y Papel Prensa sobre la óptica del espectáculo.

#### **3.1. Red Globo y su influencia en la esfera política brasileña.**

Hablar de televisión en Brasil es hablar automáticamente de un proceso de migración, desarrollo industrial, cambios en la estructura socioeconómica, así como de una relación oblicua entre la política y los medios de comunicación.<sup>52</sup> Todo este periodo de ‘gloria’-

---

<sup>52</sup>El surgimiento de la televisión en Brasil en la década de los 50’ ocurrió conjuntamente con el flujo migratorio del campo para la ciudad. De acuerdo con datos del IBGE, En 1950, 20% de la población era urbana, mientras 80% vivía en la zona rural. En 1975, 60% vivía en la ciudad, mientras 40% en la zona rural. En 2000, cerca de 80% de la población brasileña ya estaba viviendo en la ciudad, en 2010, ese número aumentó a 84%.

la industrialización de la economía brasileña- empezó antes de la segunda guerra mundial orientada por Getúlio Vargas<sup>53</sup> para sustituir las importaciones de bienes de consumo no duraderos por los producidos *in loco*. De acuerdo con Dickenson, (1978: 8-11) en el periodo entre 1945 y 1960 Brasil experimentó un proceso de crecimiento industrial impresionante. Al inicio de la década de los sesenta, tanto los militares, como los civiles estaban conscientes de la necesidad de cambios y buscaban un método para desarrollar, integrar y modernizar el país.

En el inicio de la dictadura brasileña (1964) la ESG – Escuela Superior de Guerra tenía como objetivos principales el desarrollo nacional basado en la seguridad nacional. Con este objetivo, la ESG buscó la integración nacional y la integridad territorial. Para Selcher (1977) *apud* Mattos (2009:33) el propósito de este proyecto consistía en:

Un grupo de programas para aumentar la integración social y, en especial, contribuir con la disminución de las diferencias regionales, promoviendo entre otras cosas: el desarrollo económico y la redistribución de inversiones regionalmente; un sistema político más estable, la cohesión interna y un espíritu nacional.

Más adelante Mattos (2009) afirma que la realización de estos objetivos involucraba transportes, comunicaciones y colonización. En la visión de Muniz Sodré (1977) esta forma de política también exigía la construcción de un espíritu nacional basado en la preservación de la creencia, la cultura y los valores brasileños. Pero, para alcanzar estos objetivos el régimen necesitaba de un medio que fuera capaz de diseminar las nuevas ideas. Con esto, los medios de comunicación de masa se transformaron en el vehículo a través del cual, el régimen podría persuadir, imponer y difundir sus ideas y sus posicionamientos, además de ser la forma de mantener el *statu quo* después del golpe militar. Mattos (2009) llegó a afirmar que, la televisión fue utilizada por el régimen por

---

[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1766](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1766). Acceso en: 25.05.2012.

<sup>53</sup>‘Era Vargas’ es el nombre que se le da al período en que Getúlio Vargas gobernó el Brasil durante 15 años interrumpidos (de 1930 a 1945). Francisco Iglesias. Historia Política do Brasil (1500-1964). 1992.

su poder de movilización, mientras se servía de la infraestructura creada por el proyecto de desarrollo dentro del campo de las telecomunicaciones.

De acuerdo con FHC- Fernando Henrique Cardoso (1973), Brasil fue el país que a mediados de la década de los setenta ya estaba entre los 12 mayores inversores en publicidad. El gasto de publicidad en la televisión brasileña perdía apenas con países como el Estados Unidos, Inglaterra y Japón. En ese mismo periodo, el gobierno militar había concedido 67 licencias para la apertura de nuevas emisoras de TV, para ser distribuidas por todo el territorio brasileño.

Para Matos (2009) las implementaciones del Gobierno Militar, tanto las de largo plazo como las de corto fueron, direccionadas para mantener el orden, la seguridad, acelerar el desarrollo y la modernidad, incluyendo también la participación del Estado en la economía. Para alcanzar sus objetivos los militares utilizaron los vehículos de comunicaciones de masas buscando promover el orden social y el desarrollo.

El régimen utilizó los medios electrónicos a fin de construir el espíritu nacional basado en la preservación de la creencia, la cultura y los valores. Fue también a través de los medios que las aspiraciones y los conceptos de desarrollo, paz e integridad del régimen fueron impuestos a la población brasileña. Para que sus mensajes llegasen a toda la población y que la prueba de modernidad, o sea, la televisión, se pudiese expandir a través del territorio nacional, los gobiernos militares invirtieron para mejorar las condiciones técnicas y operacionales de las telecomunicaciones. (MATTOS, 2009:43).

Visto desde esta óptica podemos afirmar que, el régimen militar contribuyó para el desarrollo de la televisión brasileña, la cual se benefició de la situación política y socioeconómica del periodo post-guerra, como también del periodo dictatorial (1964-1985). Antes de empezar a explicar el papel que desempeña la Red Globo en la política brasileña, se hace necesaria una aclaración sobre lo que Mattos (2009) llama fases de desarrollo de la televisión brasileña. El autor clasifica seis fases y explica como todas

ellas llevaron en consideración el desarrollo de la televisión dentro de una perspectiva socioeconómica, política y cultural.

1. La primera fase llamada de *elitista*, se caracteriza por el hecho de que entre 1950-1964, apenas sólo la clase más rica de la población podría tener un aparato de televisión en su casa, por el precio del objeto, era considerado todavía un producto de lujo;
2. Entre el periodo de 1964-1975, la televisión se tornó popular, un ejemplo de esta evolución fueron sus programas de auditorios y principalmente de bajo nivel, los cuales ocupaban gran parte de la programación. Esa fase, es conocida como la *fase populista*;
3. Ya, en el periodo que corresponde a 1975-1985, conocido como la fase del *desarrollo tecnológico*, las redes de televisiones mejoraron tecnológicamente y empezaron a producir con gran intensidad y profesionalismo sus propios programas estimulados por los órganos del gobierno, teniendo como meta principal la exportación;
4. 1985-1990 fue el periodo de *transición y de expansión internacional*, también conocido como ‘Nueva Republica’, en este periodo, se intensifica la exportación de programas;
5. La *globalización y la TV de pago* 1990-2000, es el periodo en que el país busca la modernidad. La televisión se adapta a los nuevos rumbos de la redemocratización;
6. A partir del 2000, empieza la fase de la *convergencia y de la calidad digital*. Esta fase muestra la tecnología apuntando para un interactividad cada vez mayor con los vehículos de comunicación, principalmente la televisión con internet y otras tecnologías de la información. Mattos (2009:79).

Desde el origen de la televisión en Brasil, surgieron varios canales con diversos objetivos. De acuerdo con Gonçalo Junior (1998) las primeras imágenes televisivas surgieron el 18 de septiembre de 1950 en la ciudad de São Paulo por la TV Tupi, Canal 3 conocida como la primera televisión de la América Latina. Gonçalo explica, que según las noticias publicadas en la prensa de la época, la televisión ya era considerada como ‘un nuevo y poderoso instrumento.’ Esa misma televisión implementa el primer noticiero en Brasil llamado ‘Repórter Esso’, en 1952. Nogueira (1988) afirma que este noticiero fue adaptado de un Radio-periódico, transmitido por la UPI – *United Press International*.

La TV Tupi se limitaba a poner el noticiero en su red de programación. La agencia usaba mucho más material

internacional tales como filmes importados de la UPI y de la CBS – Agencia abastecedora de servicios y películas, que materiales nacionales. (NOGUERIRA, 1988: 86).

Vale resaltar que el noticiero fue implantado en la televisión brasileña dos días después de la inauguración de la primera cadena de televisión. En 1953 surgió la TV Record, conocida por sus programas musicales y sus festivales de músicas, los cuales revelaron cantantes renombrados como: Gilberto Gil, Caetano Veloso, Roberto Carlos, Chico Buarque entre otros. Se puede afirmar que las primeras emisoras de televisión en Brasil tenían un formato un tanto precario y lleno de improvisación, como se habla hasta hoy, *o jeitinho brasileiro* [la manera, maña, habilidad brasileña], pero muchos estudiosos de la televisión brasileña afirman que la TV Excelsior, fundada en 1959 y que su licencia le fue retirada en 1970, puede ser considerada, como la primera emisora al ser administrada dentro de los patrones empresariales conocido en la actualidad. En 1963 se promulga el decreto que reglamenta la programación en vivo. En 1964 empezando la segunda fase, la fase populista, Brasil presencia el golpe militar, y con esto, el inicio de la dictadura.

Para Caparelli (1982) la televisión surgió en una década marcada por la irrupción del capitalismo monopolista. El autor cita como ejemplo la formación del oligopolio de los Diarios Asociados.<sup>54</sup> Caparelli también cita en su obra, tres acontecimientos que podemos encuadrar dentro del periodo transitorio entre la primera y segunda fase de la televisión brasileña.

El primero, es el acuerdo hecho entre la televisión Globo y la empresa americana Time-Life. El siguiente, es la ascensión y la caída de TV Excelsior de São Paulo. El último es de cierta

---

<sup>54</sup>**Traducción del Autor:** El imperio Chateaubriand también conocido como Chatô, (*Diarios Asociados*), tuvo su inicio con la adquisición del periódico *El Jornal* en el año de 1924. Pasado el tiempo, las empresas de medios escritos, radio y televisión fueron siendo incorporadas, también a los laboratorios farmacéuticos, fábricas de chocolates, haciendas, entre otros bienes. En su ‘época de oro’ los *diarios asociados* reunían en Brasil, 36 periódicos, 18 revistas, 36 radios y 18 emisoras de televisión, además de batir records en venta con el periódico *El Cruzeiro*. Con la muerte de Chateaubriand en 1968, las empresas entraron en decadencia, culminando con la falencia de la *TV Tupi*, en 1980. El grupo fue dejado para un conjunto de accionistas, pero en los años 80’ el grupo se recuperó y actualmente aún es muy fuerte en el mercado de los medios. Fernando Moraes. Chatô: o rei do Brasil - a vida de Assis Chateaubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século. Companhia das Letras, São Paulo, 1994.

forma la decadencia del Grupo Asociados.<sup>55</sup> Todas estas ocurrencias tienen mucho que ver entre sí: la decadencia del grupo Diario Asociados, la primacía de la TV Excelsior y el acuerdo Time-Life. Todos estos acontecimientos pueden ser representados por la creación de un modelo brasileño de desarrollo, apoyado en el capital extranjero, aliados a grupos nacionales, el cual fue conocido como, ‘El escándalo del Globo/Time-Life’. (CAPARELLI, 1982:25).

Para Leal Filho (2004) la consolidación de la relación promiscua entre la televisión y el Estado tuvo su inicio en el periodo dictatorial y se encuentra hasta hoy en la escena política brasileña. Neves (2008) concordando con Leal Filho (2004) afirma que, el poder de la televisión está vinculado al poder político, principalmente comparado a otros tipos de medios, pero que todo eso está relacionado con sus orígenes y la forma de organización de los medios de comunicación electrónicos. “La dependencia de la televisión en relación al Estado, es por causa de las concesiones. Esa relación se torna más susceptible a compromisos y a reciprocidad.” (NEVES, 2008:18).

A partir de las afirmaciones anteriores podemos llegar a la conclusión de que las concesiones en el periodo dictatorial se tornaron una “moneda de cambio,” principalmente en el periodo después del golpe de 64’, es decir, inicio de la fase popular de la televisión. La apertura oficial de la TV Globo, canal 4 de Rio de Janeiro solo se concretizó un año después del golpe militar, el 28 de abril de 1965. Pero, la maniobra política de Roberto Marinho empezó algunos años antes, en el periodo conocido como; la internacionalización del sistema de comunicaciones (1951), año, en que la CIA – Central Intelligence Agency, norteamericana empezó a operar en el país. En este periodo, periódicos como: *Estado de São Paulo*, *O Globo* y el *Correio da Manhã* recibían dinero a través de la publicidad extranjera para actuar contra la campaña de nacionalización del petróleo.

---

<sup>55</sup> La decadencia del grupo asociados fue todavía en la primera fase.

De acuerdo con Sodré (1999), con la crisis de representatividad empezada en 1961 se tornó fácil que entidades nacionales como el IPES – Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais y el IBAD – Instituto Brasileiro de Ação Democrática, juntamente con entidades americanas como la CIA corrompiesen parlamentarios, comprasen órganos de comunicación, financiasen campañas, apoyasen la conspiración y el golpe militar del 64.

Fue justamente en este periodo (1961-1964) donde se dieron las primeras estrategias ‘imperialistas’ en relación a los medios de comunicación’. En 1961 surgieron los primeros contratos inconstitucionales entre las organizaciones Globo y el grupo americano Time-Life, los contratos fueron firmados en 1962, transformando al grupo empresarial brasileño en la mayor potencia económica de comunicación de América Latina, subvencionada por millones de dólares. (HERZ, 1987: 94).

Observando la parte histórica elaborada por Herz (1987) en su libro, *A historia secreta da Rede Globo*, que va desde 1961 hasta 1968 podemos concluir que la frase proferida de Roberto Marinho, *Sim eu uso o poder*, no fue solamente una maniobra política, esto queda muy claro cuando observamos la relación entre él, el ex presidente Tancredo Neves y el ex ministro de comunicaciones, Antonio Carlos Margalhões (ACM).

Con la evolución del cuadro político y el crecimiento de la campaña de las ‘Directas-Já’<sup>56</sup> la Globo fue ‘obligada’ a dejar de apoyar al militarismo y a los grupos empresariales, para empezar a publicar grandes reportajes sobre el movimiento de las ‘Directas-Já’.<sup>57</sup> De hecho, según, Herz (1987) la Globo utilizó esto como moneda de cambio, para tener papel decisivo en el fraude electoral, que sucedió en el año de 1982. La aproximación con el ex presidente Tancredo Neves se produjo debido a la ausencia del candidato apoyado por Roberto Marinho, el diputado, Aureliano Chaves. En este

---

<sup>56</sup>La campaña de las ‘Directas-Já’ defendía la inmediata realización de elección directas para la presidencia de la república, lo que sería constitucionalmente permitido con la aprobación de la enmienda presentada por el diputado, Dante de Oliveira (PMDB-MT)

<sup>57</sup>De acuerdo con la investigadora, Flora Neves (2008) y basándose en Lima (2006), ella afirma que hubo varios hechos en que la Globo no dejó de cumplir con su papel de oficialista y complicidad con el régimen militar. Uno de los hechos fue la no adhesión completa con el movimiento ‘Directas-Já’, y el caso Riocentro entre otros.

periodo los medios de comunicación denunciaron la estrecha relación entre Tancredo Neves y Roberto Marinho.

De acuerdo con la revista *Isto é*<sup>58</sup>, esta formación entre los dos poderes; político y comunicacional siempre fue cubierta por una gran tensión, donde el empresario, Roberto Marinho siempre demostró su fuerza. En relación a esta disputa de poder, quedó muy claro que la Globo tenía la capacidad de poner y quitar a un presidente. En posición de amenaza, fue puesto contra el presidente toda la fuerza de la Globo, en el caso de que el presidente no justificara sus decisiones políticas y personales al patrón de la Red Globo.

La investida contra el presidente se concretizó cuando Roberto Marinho avisó a Tancredo Neves que el ministro de telecomunicaciones, tenía que ser un hombre de su confianza. Después de diversas discusiones políticas entre los partidos PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro y el PP - Partido Popular para la definición de un nombre en el cargo de ministro de telecomunicaciones, una vez más vence la Globo poniendo como ministro su aliado político, el diputado, ACM- Antônio Carlos Magalhães.

Con la entrada de ACM para al ministerio de comunicaciones se amplía la influencia de la Globo, particularmente de Roberto Marinho, en la política brasileña. En este periodo el presidente del partido PMDB, Ulysses Guimarães, pregunta al presidente, Tancredo Neves, por qué eligió a ACM para el ministerio de comunicaciones. Tancredo responde: “Yo peleo con el Papa, con la iglesia católica, con el PMDB, pero no peleo con el doctor Roberto”. Una forma de fortalecer el poder ‘global’ en la esfera política fue justamente con la nacionalización de empresas de comunicación extranjeras, poniendo un socio brasileño controlando más del 51% del capital con derecho a voto. Para Herz (1987) Las nacionalizaciones provenientes del ministerio de comunicaciones sirvieron para encubrir la presencia de capitales extranjeros y armar las industrias de comunicación con argumentos vacíos.

---

<sup>58</sup> *Isto é*. O fazer de reis. São Paulo, n.416. 12 dez. 1984, p.22.

La relación, de la Globo con el Ministerio de Comunicaciones se tornó un poder imprescindible. Como forma de manifestar una relación de afecto verdadero entre los dos amigos, Roberto Marinho retira de la TV Aratu-Bahia el derecho de transmisión y lo entrega a la TV-Bahia, televisión controlada por amigos y familiares del ministro. De acuerdo con Herz (1987) la relación explícita entre Marinho y Magalhães fue tan escandalosa que motivó diversas investigaciones en el congreso brasileño, que sólo fueron archivadas después de la muerte de Magalhães.

En la tesis doctoral de Flora Neves (2007), la investigadora trae una problemática que se tornó conocida, como el caso *Proconsult*, resultado de las elecciones de 1982, donde la Globo preparó una apuración electoral en forma de espectáculo. La candidatura de Leonel Brizola a gobernador del Estado de Rio de Janeiro no era del agrado de los militares, ni del dueño de las Organizaciones Globo. En ese sentido, Marinho intentaba perjudicar sistemáticamente a Leonel Brizola.

La empresa responsable de hacer el conteo de los votos para el Tribunal Electoral era la empresa *Proconsult*, la cual, también había sido contratada por la Globo y tenía como programador un ex oficial del ejército. El objetivo era sacar votos de Brizola y pasarlos al otro candidato del partido PDS -Partido Democrático Social. El Noticiero, *Jornal Nacional* tenía la obligación de pasar a los telespectadores únicamente números oficiales. Como la *Proconsult* era una empresa que gozaba de credibilidad podría presentar el caso como verdadero.

En las palabras de Amorim (2005) la diferencia de votos entre los dos candidatos daba para generar la sensación en la población de que Brizola ya había perdido las elecciones. Los programas de ordenador donde estaban los datos adulterados, estaban en poder de dos tenientes coroneles, Haroldo Lobão Barroso y Manoel Carvalho, responsables de la concepción del programa utilizado por la *Proconsult*.

En 1982 Brizola gana las elecciones en el Gobierno de Rio de Janeiro y vuelve a ser gobernador en 1990. Durante este periodo, la Globo siempre intentó denigrar la imagen del gobernador. El día 6 de febrero de 1992, el noticiero *Jornal Nacional* publica una

parte del texto que sería publicado en el periódico ‘*O Globo*’ al día siguiente. El texto hablaba de Brizola como un ‘insano mental’ y lo acusaba de no permitir que la Red Globo de Televisión transmitiese los desfiles de escuelas de samba en aquel año.

### **Derecho de Respuesta: Brizola contra la Rede Globo de Televisión**



**Imagen 7:** Conductor: Cid Moreira



**Imagen 8:** Político: Leonel Brizola

Después de varias tentativas jurídicas de respuesta, finalmente el día 15 de marzo de 1994, la justicia concede a Brizola el derecho de respuesta de 3’ minutos que fue leído por el conductor del noticiero *Jornal Nacional*, Cid Moreira. Una parte del texto sigue abajo:

No reconozco la autoridad de la Globo en materia de libertad de prensa, para eso basta mirar su larga y cordial convivencia con los regímenes autoritarios y con la dictadura que por 20 años dominó nuestro País. Toda la gente sabe que yo critico la TV Globo, su poder imperial y sus manipulaciones. Pero la furia que la Globo manifestó ayer, no tiene ninguna relación con posiciones éticas o de principio. Es apenas, el temor de perder el negocio millonario que para la Globo representa la transmisión del carnaval. Dinero por encima de todo<sup>59</sup>. (www.pdt.org.br. 20.6.2012).

---

<sup>59</sup> **Traducción del Autor:** Não reconheço na Globo autoridade em matéria de liberdade de imprensa, e, basta, para isso, olhar a sua longa e cordial convivência com os regimes autoritários e com a ditadura que por 20 anos dominou o nosso País. Todos sabem que critico, há muito tempo, a TV Globo, seu poder imperial e suas manipulações. Mas a ira da Globo, que se manifestou ontem, não tem nenhuma relação com posições éticas ou de princípio. É apenas o temor de perder negócio bilionário que para ela representa a transmissão do carnaval. Dinheiro, acima de tudo.

Para Neves (2007), textos en este tono, leídos en el noticiero, *Jornal Nacional* fueron hechos jamás repetidos. De acuerdo con Neves, sólo dos editoriales más fueron leídos en un tono más o menos parecido. Uno sobre la muerte de Roberto Marinho y otro sobre la del periodista, Tim Lopes. El caso, ‘Collor de Mello’ también tuvo repercusión mundial debido al *Impeachment* sufrido por el ex presidente, Fernando Collor de Mello en 1992. Este *Impeachment* se dio debido a la gran cantidad de denuncias de corrupción realizadas por parte de su hermano, Pedro Collor. Este proceso, puede también aclarar el poder de los medios en Brasil y, consecuentemente, de la Globo. En el momento de la formación de la CPI - *Comissão Parlamentar de Inquérito*, en el congreso brasileiro, queda muy claro de qué lado estaba una buena parte de la prensa brasileña. Un ejemplo concreto de esto fue, el periódico JB – *Jornal do Brasil*, que desde el inicio de la denuncia publicada por la revista *Veja* (13 mayo de 1992), se inclinó por la defensa del presidente. En varios de sus editoriales, el periódico siempre se mostraba incrédulo al respecto del proceso de *Impeachment* del presidente.

Los dos grandes periódicos de São Paulo; *FSP- Folha de São Paulo* y *ESP-Estado de São Paulo* se pronunciaron contra el presidente en sus editoriales. El día 29 de septiembre de 1992 el periódico *Estado de São Paulo* publicaría el editorial intitulado: “Respetar la Constitución.”

Fuimos y continuamos estando a favor de la renuncia del presidente de la República. Sobre todo, cuando ustedes de la derecha y de la izquierda amenazan al poder. Es indispensable recordar a todos que, o se respeta la Constitución o se abre el camino para el sistema arbitrario, cuya consecuencia todos nosotros conocemos. (Estado de São Paulo *apud* LATTMAN-WELTMAN, DIAS CARNEIRO, DE ABREU RAMOS; 99: 1994).

El periódico *FSP* también tomaba la misma posición que su rival, el periódico *ESP*, escribiendo en su editorial lo siguiente:

---

<http://www.pdt.org.br/index.php/noticias/uma-saia-justa-danada-lembra-cid-moreira-sobre-brizola-no-jn>. Acceso en: 20.6.2012.

La sociedad brasileña ya había proferido su veredicto con respecto al crimen cometido contra la nación: Fernando Collor debe dejar la Presidencia de la República, por no haber observado el decoro y la dignidad inherente a la institución. (*Folha de São Paulo* apud LATTMAN-WELTMAN, DIAS CARNEIRO, DE ABREU RAMOS; 100: 1994).

Con toda la presión de los medios, la sociedad civil y la posibilidad de que el presidente sufriera el *Impeachment* había, por otro lado, medios de comunicación como: el *Jornal do Brasil* y simpatizantes políticos como: Antonio Carlos Magalhães<sup>60</sup> y Roberto Marinho que no creían en que el presidente pudiera ser destituido del poder. “Quien afirma que el *Impeachment* es posible, es un mentiroso, este mecanismo constitucional tiene 103 años y nunca fue puesto en práctica. Es una farsa que nunca fue reglamentada.” (ACM en entrevista al periódico o Globo, 30.7.1992).

Hasta ese momento la posición del periódico *O Globo*, el cual también hace parte del conglomerado de comunicación de la familia Marinho, no se posicionaba totalmente contra Collor. De acuerdo con Bucci (2004), después de su elección, Collor retiró toda la propaganda gubernamental de la ‘Empresa GLOBO’, con la intención de romper con el monopolio existente. En una entrevista al periódico *FSP*, Lily Marinho, la esposa del Roberto Marinho afirmó que el presidente Fernando Collor era una persona muy íntima de la familia y que fue el “Grupo Marinho” quien lo eligió. “Roberto lo puso en la presidencia y después lo sacó. Collor se quedó poco tiempo, nosotros nos engañamos.” (Bergamo, 2005, Ilustrada, E2).

Un día antes de la salida de Collor de la presidencia, el periódico de Roberto Marinho, *O Globo* publicó un editorial defendiendo la renuncia de Collor: “Llegó para él la hora del acto más inteligente políticamente, de la defensa más realista, de la demostración de argumentos sólidos y patrióticos: la renuncia.” (*O Globo*, Editorial, 01 octubre 1992). Un día después del editorial, Collor deja la presidencia por causa de la apertura del proceso de *Impeachment*.

---

<sup>60</sup> En 1992 ACM era el gobernador del estado de Bahía.

Podemos afirmar que la influencia política de la Globo en las elecciones presidenciales de 1994 y 1998 a través del *Jornal Nacional* fue muy pequeña. En 1994 todo discurso mediático transcurría en torno de los cambios económicos. El noticiero destacaba apenas la figura del ministro y candidato FHC- Fernando Henrique Cardoso, sacando de la agenda cualquier crítica. En relación a las elecciones de 1998, los académicos y críticos de los medios afirman que el Noticiero *Jornal Nacional* casi ignoró las elecciones presidenciales e hizo una cobertura más apática con respecto a otros eventos. Para Miguel (2004: 94) *apud* Neves (2007: 71) del 13 de julio hasta el 3 de octubre de 1998, fecha de las elecciones, el *Jornal Nacional* dedicó apenas 4,6% de su tiempo a las elecciones, además mostraba unas elecciones ya ganadas por FHC.

Al contrario de las elecciones de 1994-1998, se puede afirmar que en 2002 el proceso electoral fue marcado por exceso mediático, donde las imágenes de los candidatos y la campaña ocuparon gran parte del noticiero político. Para Neves (2007: 77).

Uno de los fenómenos fue la elaboración y divulgación de encuestas. Nunca se divulgaron tantas encuestas en una elección. Entre enero y el inicio de octubre fueron publicadas casi 70 resultados de encuestas para la *presidential race* [palabras del autor]. Solamente la Globo publicó 23 resultados del Ibope, 15 del Datafolha y 20 del Instituto Vox Populi. (NEVES, 2007:77)<sup>61</sup>

De acuerdo con Rubim (2009)<sup>62</sup> la Red Globo de Televisión ha puesto todo su trabajo en la cobertura mediática, incluso realizando entrevistas en vivo en el estudio del Noticiero *Jornal Nacional*. La conclusión a que llega Neves (2007) es que la Globo haga la cobertura periodística más grande de su historia con respecto a las elecciones, no significa que haya sido imparcial. Neves afirma además que una buena calidad de información y la imparcialidad, van más allá de una cobertura equilibrada, teniendo en cuenta aún, el equilibrio del contenido.

---

<sup>61</sup> Ibope, Datafolha y Vox Populi son institutos de encuestas en Brasil.

<sup>62</sup> Declaración hecha por el Autor en Palestra en el Auditorio de la Universidad Metodista de São Paulo, en el congreso SBPJor –Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. El 19 de octubre de 2008.

Los temas que permearon la cobertura mediática en relación a las elecciones de 2006 fueron: la discusión sobre las denuncias que envolvían al gobierno y parlamentarios, llevando a debatir sobre el papel de los medios en torno a las crisis políticas. Temas que Thompson (2002) llama de escándalo político y escándalo como evento mediático. Observando los periódicos de la época llegamos a la conclusión que los medios se reducían apenas a publicar temas tratados en las CPIs y escándalos políticos<sup>63</sup> como: el *mensalão*, el *valerioduto*, la *sanguessuga* y más cerca de la primera vuelta, la mayoría de los medios de comunicación se empeñaban en publicar el dossier contra los políticos del partido PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira. Para este autor, el escándalo político adquirió nuevas características a partir del siglo XIX, llegando a significar revelaciones a través de los medios de alguna acción o actividad oculta, pero que implicaba una violación de normas y valores.

La revelación y condena de las actividades ocultas no constituyen apenas comentarios retrospectivos del hecho, pero hacen parte constitutiva del propio escándalo; los medios ‘crean’ un nuevo hecho y si los medios no estuvieran presentes y conscientes, tal acontecimiento no pasaría a existir. Surge así la emergencia de un fenómeno nuevo y distinto, el escándalo como un nuevo evento mediático. (THOMPSON, 2002:13).

---

<sup>63</sup>**Mensalão** fue el mayor escándalo político en el período del gobierno Lula. Ese escándalo surgió en mayo de 2005, cuando un funcionario del Correo fue descubierto recibiendo propinas de empresarios. El funcionario recibía respaldo del diputado federal, Roberto Jefferson, el cual denunció la compra de votos por parlamentarios en el congreso nacional. De acuerdo con la Procuraduría-General de la República en el Supremo Tribunal Federal empezará el juzgamiento en el día 01 de agosto de 2012 contra 38 personas, acusadas por diversos crímenes como corrupción activa, blanqueo de capitales, formación de cuadrilla, gestión fraudulenta y evasión de divisas.: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG78680-6009,00 ENTENDA+O+ESCANDALOB+DO+MENSALAO.html>. Acceso en: 24.06.2012.

**Valerioduto** es un escándalo que se refiere a un desvío de verbas públicas en 1998. En total, fueron desviados 3,5 millones de reales para financiar la campaña política de reelección del diputado federal Eduardo Azeredo en la provincia de Minas Gerais. <http://www1.folha.uol.com.br/poder/880731-justica-comeca-a-ouvir-testemunhas-no-caso-do-valerioduto-de-mg.shtml>. Acceso en 24.06.2012.

**Sanguessuga** también conocido como ‘mafia de las ambulancias’, ocurrió en 2006, cuando fue descubierto un grupo de políticos que tenía el objetivo de desviar dinero público en compras de ambulancias, el total del desvío suma 110 millones de reales. El aumento en el valor real de los automóviles llegaba a alcanzar 260%. [http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/crise\\_lula/sanguessugas.html](http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/crise_lula/sanguessugas.html). Acceso en: 24.6.2012.

**El Dossier o Alopados** es un escándalo que surgió en 2006, donde Integrantes del PT-Partido de los Trabajadores fueron acusados de comprar un falso dossier acusando el candidato al gobierno de Sao Paulo, José Serra de tener relaciones con el grupo sanguessugas. <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/amtantaha-que-so-pariu-ratos>. Acceso en: 24.6.2012.

Pero, el autor también nos informa que los escándalos políticos actualmente están ligados con el creciente cambio en cultura política. En 2006 las redes de televisión anunciaron una gran cobertura mediática, con entrevistas en los estudios de los noticieros y debates entre los candidatos. El noticiero *Jornal Nacional* había hecho entrevistas en vivo apenas en la primera vuelta. En la segunda vuelta no realizó entrevistas en vivo, como anunció anteriormente. La novedad de la emisora Globo fue la ‘Caravana JN’<sup>64</sup>.

En el *Jornal Nacional*, siempre que una elección se aproxima se dibuja un proyecto para su cobertura que tiene siempre el mismo objetivo: hacer que los ciudadanos electores reflexionen sobre los problemas nacionales. Esto le permite entender a los electores que, cuando presentamos los problemas que deben ser combatidos, nosotros permitimos que el público reúna instrumentos para analizar el discurso de los candidatos que buscan conquistar sus votos. [...]. En las elecciones presidenciales de 2006 las reportajes de la serie ‘Deseo del Brasil’ exhibida en el momento en que la Caravana JN entraba al interior del país, tenía la función de extraer de los ciudadanos sus pleitos y aspiraciones. (BONNER, 2009: 203).

En la análisis de Colling *apud* Neves (2007:94) en la cobertura de las elecciones presidenciales de 2006, la TV – Globo fue la única que intentó una neutralidad en relaciones al tema “crisis”. Pero, se sabe de la relación entre la Globo y el Gobierno, ya sea por medio de la dependencia publicitaria o por ayuda financiera en la implantación de TV de pago. Aún así, en medio a la crisis política de 2005, en un encuentro entre políticos de derecha (Jorge Bornhausen y José Agrepino) y el director de la organización Globo, Roberto Marinho, el ejecutivo de la organización revela su intención. Según Scolese y Nossa (2005: 214-215), el director de la Globo afirma a los

---

<sup>64</sup> Según Bonner, el proyecto tenía como objetivo de recorrer todo el Brasil en un autobús para oír lo que los brasileños esperaban ser solucionados en sus regiones. (BONNER, 2009: 37).

líderes del Partido PFL- Partido da Frente Liberal, “que un segundo mandato de Lula podría llevar al país a una situación caótica, como en Argentina o Venezuela y que, por su parte, prefería ver a Geraldo Alckmin en lugar de José Serra como opositor de Lula.” Si observamos el candidato de oposición en las elecciones presidencial fue justamente el candidato de la Globo.

Los números de escándalos políticos publicados por los medios en la elección presidencial de 2010 alcanzaron nuevos records. Uno de los motivos era que la disputa electoral, tenía el candidato a Presidencia de la Republica del mismo partido del presidente y que muchos de los escándalos surgidos en el periodo Lula se venían acumulando para el momento de la campaña de la también candidata del PT, Dilma Rousseff. En 2010 la TV- Globo, para evitar acusaciones de parcialidad, prometía ignorar polémicas; la orden era ocupar los espacios televisivos con propuestas y temas más populares, como: salud, educación y seguridad. La estrategia era unir el *Jornal Nacional* con la operación *JN-no Ar*<sup>65</sup>, como una forma del horario electoral gratuito, donde los candidatos hablaban de programas sociales. En el momento en que la operación llegaba a una “Favela”, se mostraba el número de asesinatos en Brasil. Igualmente, cuando se denunciaba el sueldo de los profesores y la operación estaba enfrente a una escuela, o para hablar sobre la calidad de la salud, el *JN no Ar* reportaba desde un hospital.

El noticiero, *Jornal Nacional* entra en escena con un mes de atraso en relación al calendario electoral, pero con reglas propias y tiempo cronometrado para los tres principales candidatos (José Serra, Dilma Rousseff y Marina Silva). Cada candidato tenía derecho a 50 segundos para comunicarse con un público estimado en 40 millones de brasileños. En una entrevista al reportero del periódico *Folha de São Paulo*, Bernardo Melo Franco, la Globo informa que no tiene miedo de las críticas al noticiero y que va seguir con el modelo que fue puesto al público en las elecciones de 2006.

---

<sup>65</sup> El proyecto *JN no Ar*, tiene como propósito viajar durante 27 días antes de las elecciones presidenciales para mostrar lo que lo habitantes gustaría que mejorara en sus provincias. A bordo del Avión está un reportero y su equipo de ocho personas que pueden conectarse en vivo con el estudio del *Jornal Nacional*. <http://audienciadatv.wordpress.com/2010/08/23/eleicoes-2010-viagem-do-projeto-jn-no-ar-comeca-nesta-segunda-dia-23/>. Acceso en: 25.06.2012.

Las elecciones de los políticos no son iguales a las elecciones del pueblo, por eso, los políticos tienen que adaptarse al modelo de la emisora. La próxima semana y en días alternados, los tres candidatos principales van a dar entrevistas de 10 minutos en el estudio del *JN* y ese mismo esquema será repetido en los otros noticieros de red. (GLOBO, *FOLHA DE SÃO PAULO*, 02 de Agosto 2010).

La propuesta inicial de la Globo de evitar temas polémicos no duró mucho tiempo, el debate presidencial del día 03 de agosto de 2010 estuvo marcado por temas tan espinosos como: El Movimiento sin Tierra, la relación de Dilma con las FARC de Colombia, la relación de Lula con Irán, además de otros asuntos sobre la corrupción en el periodo en que Dilma era Ministra de Gabinete.

La relevancia, por no decir, el ‘PODER’ de la Red Globo en la sociedad brasileña también se refleja en congresos como en el 26° Congreso Brasileiro de Radiodifusão – ALBERT.<sup>66</sup> Ambiente, donde autoridades y empresarios debatían el futuro de la radiodifusión en el país. Uno de los asuntos discutidos fueron las reglas para las telecomunicaciones. El debate ya generaba polémica hace algún tiempo. Había la desconfianza que el Gobierno pudiera interferir en el contenido de los programas de Radio y de TV, una especie de retorno a la censura para algunos periodistas y empresarios de la comunicación, incluso el vicepresidente de las organizaciones Globo, João Roberto Marinho.

El debate duró, hasta que el ministro de comunicaciones, Paulo Bernardo afirmó que el gobierno no pretendía interferir en el contenido de los medios de comunicaciones y que las propuestas en discusión no debían ser guiadas por motivos políticos partidarios.

No se puede confundir el debate de la reglamentación sectorial con el debate sobre periodismo o el comportamiento de los

---

<sup>66</sup>Abert, Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão. <http://www.congressoabert.com.br/sala-de-imprensa/noticias-cat/novidades-e-negocios-para-o-mercado-de-radio-e-tv>. Acceso en: 25.6.2012.

medios de comunicación, tampoco con las críticas que diferentes sectores de nuestra sociedad hacen al contenido vehiculado por los medios de comunicación. No hay ninguna razón para que el debate venga a ser confundido con la amenaza a libertad de expresión en Brasil. (BERNARDO, g1.globo.com, 20.6.2012).

En entrevista otorgada al *Jornal Nacional* (20.6.2012), el presidente de la Abert, Emanuel Carneiro considera que sacando el riesgo de una intervención o restricción al contenido vehiculado por los medios de comunicación, el gobierno puede tener más apoyo del sector de la comunicación.<sup>67</sup>

### **3.2. La Política Mediatizada**

Antes de empezar a explicar la mediatización de la política, es necesario explicar de una manera simple el concepto de la ‘*Comunicación Política*’<sup>68</sup>, el cual se presenta más próximo al objetivo de este trabajo. Es decir, basados en las palabras de Mazzoleni (2010) cuando afirma que la comunicación política es un producto del intercambio entre: El sistema político (*SP*), el sistema de los medios (*SM*) y los ciudadanos-electores (*CE*) y que este intercambio, es más recurrente en las sociedades postindustriales y se produce a través de los canales de comunicación de masas. Ese carácter central de los medios en la vida política es exclusivo de la época contemporánea. En las palabras del autor podemos afirmar que estamos viviendo en una sociedad mediática, es decir, una sociedad donde los medios son el espacio en el que se representa y se oficia la política y donde tiene lugar el intercambio entre los tres actores (*SP*, *SM* y *CE*).

Mazzoleni (2010) explica que, pese a la rapidez de la socialización de la mediatización, este último ocupa un lugar junto a agentes tradicionales como: iglesias, escuela y

---

<sup>67</sup><http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2012/06/governo-nao-pretende-interferir-no-conteudo-de-radio-e-tvs-diz-ministro.html>. Acceso en 25.6.2012.

<sup>68</sup> Analizando el concepto de Comunicación Política nos detendremos para analizar una pregunta lanzada por la estudiosa, Maria José Canel (2006). ¿Qué es la Comunicación Política? Para ella hay dos formas de expresarse. En primer lugar con las letras mayúscula (C-P) representando un campo reciente y creciente desarrollo en el ámbito académico científico. En segundo lugar, con las letras minúsculas (c-p) es un termo amplio, apenas utilizado en el mundo profesional, pero que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política. (CANEL, 2006:17).

partidos políticos. Pero que antes de la mediatización de la política se produce una mediatización de la sociedad.

Los medios, en especial los electrónicos, son para la sociedad postindustrial un elemento mucho más importante que la prensa para la sociedad industrial, que era un medio de comunicación de las élites culturales y empresariales. (MAZZOLENI, 2010: 52).

Ruiz (2010) concordando con Mazzoleni explica que para que la política tenga legitimidad es necesario *comunicar* la representación y eso nos viene a aclarar que los medios de comunicación están desde sus orígenes en el centro de las actividades políticas. De acuerdo con este autor, además de los medios de comunicación ser actores políticos, también son instituciones políticas, principalmente en países latinoamericanos. Para entender esto, podemos observar que muchas crisis fueron desatadas primeramente en el campo mediático. El *impeachment* de Collor de Mello, por ejemplo. El mismo acontecimiento podemos encontrar en el siglo XXI cuando grandes crisis tuvieron los medios de comunicaciones como principales actores, (Papel prensa en Argentina y Mensalão en Brasil) recordando también que muchos presidentes<sup>69</sup> encontraban en la prensa un actor político enemigo.

En este punto podemos hablar de la gestión de la conversación pública, es decir, quien dice qué, cuándo, cómo, en qué condiciones, dentro de los medios de comunicación. Esto para Cook (1998) es el principal ámbito de la acción del periodismo. El autor afirma que:

El periodismo es una institución compuesta por un conjunto de medios que comparten conductas, rutinas, procedimientos informales y controlan un área social y política que los lleva a ser en sociedades abiertas decisivos para organizar la esfera pública. Cook (1998:39)

---

<sup>69</sup> Getulio Vargas, Juan Perón o Salvador Allende, Los Kirchner.

La organización de la esfera pública para Ruiz (2010) está relacionada con una interdependencia fluctuante, o sea:

Todo actor, institución, organización o individuo que quiera transitar por la esfera pública, está obligado a interactuar con el periodismo en una relación nunca estable [...]. En ese proceso aquellos que se relacionan con el periodismo para tener acceso al público pueden adoptar valores propios de esa área mediática. (RUIZ, 2010: 18).

La interdependencia defendida por Ruiz (2010) tiene en la visión de Cook (1998) una pequeña representatividad de los ciudadanos. Los actores políticos y los periodistas interactúan en una serie, constante aunque implícita, de negociaciones a propósito del control de la agenda. Mazzoleni (2010) afirma que esa interdependencia lleva a muchos intelectuales a temer que los medios hayan substituido a la política y consecuentemente ha sacado las funciones propias del sistema político. Mazzoleni explica que:

La existencia de una política cada día más vinculada a la dinámica mediática no implica, en absoluto, una desaparición de su primacía en la *polis*: una política mediatizada no es sinónimo de gobierno de los medios (MAZZOLENI y SCHULZ, 1999: 260 *apud* MAZZOLENI, 2010:54).

Esta misma preocupación tiene el sociólogo, Félix Ortega (2011) cuando aborda la disputa entre política y medios en su libro: *La política mediatizada*. Él resalta que la relación que debería haber entre los ciudadanos – electores y los políticos es substituido por otra forma de mediación, la establecida entre políticos y periodistas. En su visión, estos últimos están encargados de una doble tarea, informar a los ciudadanos sobre los asuntos políticos y, también, de definir en qué consiste lo público. El sociólogo enfatiza que no existe tal preocupación de que la política quede sin su más importante ‘arma’, la articulación social. El punto es que ahora la política algunas veces tiene que trabajar en una posición subordinada y de acuerdo con las reglas pre establecidas por los medios de comunicación.

El sociólogo e investigador, José Luís García del ICS-UL- Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de Lisboa también llama la atención sobre lo que él llama “la utopía de los comunicólogos.”

Los utopistas de la comunicación se olvidan de la diferencia entre información y conocimiento y tienen como presupuesto erróneo que una creciente disponibilidad de información mejora por sí sola la democracia. Entretanto no es necesario ningún esfuerzo de demostración para comprender que es erróneo hacer corresponder información y conocimiento, bien como restringir la democracia a la distribución de información. (GARCIA, 2009:39-40).

En la cita anterior, el sociólogo deja claro que la democracia no debe estar presa a los nuevos medios de comunicaciones, los cuales levantan el lema según el cual; cuanto más informaciones sean difundidas, más democráticas se torna la sociedad.

Con el objetivo de materializar y explicitar la discusión, hasta aquí recorrida sobre la política mediatizada basado en el aporte teórico, ahora buscaremos analizar el cuaderno especial, ‘*Debate online Folha/UOL*’ en las páginas del diario, *Folha de São Paulo* teniendo como protagonista del debate a los candidatos a presidente del Brasil en 2010; Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) y Marina Silva (PV). Otro ejemplo de política mediatizada que debe ser analizado en este apartado, es la confrontación política en la TV - Globo sobre temas polémicos como: familia, creencia y corrupción.

El embate político entre los presidenciables en el teatro ‘Tuca’ de la PUC- SP Pontificio de la Universidad Católica de São Paulo en el día 18 de agosto de 2010 podría haber sido una discusión política entre candidatos en una institución de enseñanza superior buscando un puesto en el ejecutivo. Esto, si no fuera transmitido en vivo por más de 80 portales electrónicos, alcanzado lo mayor *Rating* de la historia del portal, *UOL* –

*Noticias*<sup>70</sup>, de más de 127 países, quedado entre los tópicos más comentados del Twitter mundial, y visto por más de 1,4 millones de personas.

Una parte del público, llamado por Mazzoleni (2010) de ciudadanos-electores estaba compuestos por: estudiantes, personas en huelga del poder judicial, sindicalistas, militantes gay y personas que protestaban contra la candidatura de políticos que estaban envueltos en escándalos de corrupción, como ejemplo, el diputado nacional, Paulo Maluf (PP), llamado por los manifestantes de ‘Ladrón’. De acuerdo con el periódico *Folha de São Paulo*, (19.8.2010) el público de ese ‘nuevo espacio público’<sup>71</sup>, acompañaba todo el movimiento con sus laptops y transmitían todas las informaciones por la web, moviendo así, los Blogs y Redes Sociales. La otra parte de ese público acompañaba desde su casa enviando preguntas vía webcam y dando un nuevo ingrediente a este histórico debate entre los presidenciables.

Según el análisis del editor adjunto del cuaderno especial, debate online *Folha/UOL*, Alec Duarte<sup>72</sup>, por más espinosa que fueran las preguntas de los internautas, ellas tenían siempre un trato diferenciado, contrario a las preguntas que venían de adversarios o periodistas.

Internet en ese punto también juega un papel fundamental: en la comodidad del sillón y protegidos por una pantalla de ordenador, somos menos tímidos y más espontáneos. [...] esa experiencia ya fue testada en la televisión, cuando electores fueron confrontados con los candidatos en vivo y *face-to-face* o dependen de un intermediario (en ese caso un reportero) para ser escuchados. (DUARTE, entrevistado en 5.9.2010).

En la entrevista, el editor adjunto explica la importancia de internet, como un canal de diálogo con el público: “si el futuro presidente (en este caso Dilma Rousseff) no

---

<sup>70</sup> De acuerdo con el periódico *Folha de São Paulo* y el portal *UOL-Noticias* durante los debates políticos entre los candidatos a gobernadores de São Paulo y los presidenciables hubo un aumento en el número de audiencia en promedio de 350% llegando a 30 millones de acceso. (Cuaderno Especial, Debate *folha/uol*: 19 de agosto de 2010).

<sup>71</sup> Véase Ortega (2011), principalmente el primer capítulo: El espacio público mediático.

<sup>72</sup> Entrevista al autor, en 05.Septiembre de 2010. São Paulo. Alec Duarte es también editor jefe del apartado “Poder” del periódico *Folha de São Paulo*.

entendió todavía lo que es internet, los electores lo saben y van a mostrar muy bien para qué sirve.” (DUARTE, *Folha UOL*, entrevistado en 5.9.2010)

Otro punto importante en el análisis de este cuaderno es que, no se ve una supremacía de los medios de comunicación frente a la política en relación a las reglas impuestas, lo que se ve, es lo que Ruiz (2010) y Mazzoleni (2010) llaman interdependencia entre los medios de comunicación y los políticos. De acuerdo con informaciones publicadas en el periódico, *Folha de São Paulo* (19.8.2010) y confirmadas en la entrevista de Duarte (5.9.2010) la conversación sobre las reglas que serían impuestas en el juego (Debate) empezaron seis meses antes, es decir, lo que Timothy Cook (1998) llama de *negociación de la noticiabilidad*. Esa interacción entre los actores políticos y comunicólogos son todavía implícitas, no llegando al conocimiento del público.

Mismo con una ley sancionada en 2009<sup>73</sup>, dando total libertad para debates políticos electorales en la Red de Computadores, los candidatos a través de sus asesores y consultores exigían reglas fijas para el debate. Después de seis meses de negociación, conversaciones y reuniones entre representantes de los candidatos, reporteros del periódico *Folha de São Paulo* y *UOL - Noticias* quedó decidido que todos los candidatos tenían el mismo tiempo exacto para preguntar, responder y replicar.

La producción de la comunicación política puede ser vista en las reglas del debate impuestas por los periodistas y los candidatos teniendo como ejemplo el teatro Tuca que tiene 700 lugares, de los cuales 150 por exigencia de los candidatos fueron ocupados por los inscriptores del periódico *Folha* y del portal *UO-Noticias*.

Otra negativa de los tres políticos fue sobre la transmisión. Como se trataba de un evento en internet, la idea era tener adicionalmente al telón principal, otras tres telas menores mostrando todo el tiempo las imágenes de cada candidatos. Al principio el debate estaba organizado para tener 2 horas y 30 segundos de duración. Los candidatos quisieron cortar el tiempo a 2 horas. Optaron entonces por reducir solo a tres el número de

---

<sup>73</sup>La Ley n° 12.034 fue sancionada en el día 29.9.2009 por el ex presidente Lula.

preguntas de los periodistas en el bloque final. Por cuestión del tiempo, a los reporteros les fue prohibido replicar después de las respuestas de los candidatos. (DUARTE, entrevistado en 05.09.2010).

Cook (1998) llama esa construcción de la comunicación política también de ‘Coproducción’ porque para él, los medios no se limitan a desempeñar apenas un papel de intermediarios. Mazzoleni (2010:53) afirma que,

Los medios siendo organizaciones que cuentan con una finalidad propia no necesariamente idéntica a la de los emisores políticos y con sus propias reglas de funcionamiento, someten los mensajes procedentes de la esfera política a una profunda transformación para adecuarlos a sus propias necesidades productivas. El resultado es que los políticos que desean dirigir un mensaje al público deben negociar con los medios, los tiempos, las modalidades, los registros y, cada vez con mayor frecuencia, los propios contenidos.

De acuerdo Mazzoleni (2010) fue, esa ‘comunidad’ entre los dos grandes actores principales de la comunicación política, la que llevó a considerar a los medios de comunicación una *fourth branch of government*. Sparrow (1999) afirma que el poder de los medios de la comunicación se tornó tan fuerte que los tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial en la era postindustrial no pueden actuar ni funcionar sin interactuar con la institución-medios. Especialmente los *news media*.

Al producir información, e incluso con su propia presencia, proporcionan un contexto permanente y regular para el cual y en el cual operan los actores políticos. En cuanto institución, los *news media* condicionan las decisiones de los otros actores políticos, es decir, estructuran, orientan y limitan los actos de los sujetos que operan en las tres ramas formales del gobierno, en la administración pública y en las distintas fases y los distintos ámbitos del proceso político [...] Los *news media* son una parte

interna e ineludible del sistema político [...] Su actuación influye en el resto de los sujetos políticos con efectos duraderos (SPARROW, 1999: 9-11).

En esta arena política-mediática (Teatro Tuca), además de los candidatos-presidenciales y reporteros del grupo *Folha/UOL – Noticia*, también estuvieron presentes: diputados nacionales y de algunas provincias, candidatos al senado, gobernadores, profesionales de marketing, asesores, consultores, *spin doctors*, familiares, reporteros de televisión, radios, periódicos y blogueros.

### Debate Folha/ UOL-Noticias

**Imagen 9: Presidenciables**



Fuente: <http://noticias.uol.com.br>

**Imagen 10: Invitados**



19.8.2010. Teatro Tuca – PUC-SP

El Debate *folha/uol* fue organizado en cinco bloques, en los cuales varios tipos de asuntos fueron discutidos entre los presidenciables. En los tres primeros bloques la discusión se dio por cuenta de los candidatos, donde los temas no siguieron ningún orden, a no ser la de los insultos y las agresiones. Aun así, los temas más importantes debatidos en los tres primeros bloques fueron: la carga tributaria, el saneamiento básico, la reforma política, la salud pública, la educación, la seguridad pública y el acceso a la información pública. En los dos últimos bloques, los candidatos tenían que responder a preguntas de los internautas que giraron en torno: las creencias religiosas, el aborto, los impuestos, el acceso a la información, el financiamiento de campaña política, el caos aéreo y la corrupción.

Según Ortega (2011) para formarse, la comunicación política necesita algo que Cook (1998), Ruiz (2010) y Mazzoleni (2010) llaman de *interdependencia*, aún cuando la

política en algunos casos queda subordinada a la comunicación. Para el sociólogo, los periodistas ocupan un destacado papel en el espacio público contemporáneo. “ellos solos no son ni pueden realizar tal acción sin la presencia indispensable de los políticos”. (2011:63). De acuerdo con esta cita, observamos que los medios de comunicación necesitan de los políticos para legitimar su imagen de institución de servicio público. Frente a esta interdependencia es difícil establecer quién necesita más de quién.

Como forma de dejar más explícita la política mediatizada buscaremos ejemplificar a través del debate político televisivo ocurrido en la Red Globo el día 30 de septiembre de 2010, temas como: corrupción, creencia y familia. Analizando la última confrontación entre los presidenciables en la TV- Globo, temas como la corrupción, las creencias y la familia que venían moviendo los números en las encuestas de audiencia en los horarios electorales, por fin dejaron de ser el tema central. De acuerdo con Alessandro Janoni<sup>74</sup>, si no fuera por el cambio de postura de la candidata del PV, Marina Silva y la permanente crítica del candidato del PSOL, Plinio Arruda, insistiendo que los candidatos se comprometieran a suspender el pago de la deuda pública, podríamos llegar a decir que el debate político fue flojo.

El debate político fue dividido en cuatro bloques. Los tres temas arriba mencionados fueron discutidos de forma superficial, sin mayor discusión entre los presidenciables. En el primero, el punto más caliente de la discusión quedó por cuenta del candidato Plínio Arruda del PSOL insultando la candidata del partido de los trabajadores-PT y argumentado que ella era culpable de colaborar con las privatizaciones y tercerizaciones en la función pública. En el segundo bloque la agresión partió de la candidata del partido verde en dirección a Dilma afirmando que las elecciones eran para la presidencia y no para intendente de provincias y que la presidenciable, Dilma Rousseff no tenía propuestas concretas y que le faltaba una visión estratégica.

---

<sup>74</sup> Entrevistado en el día 4.9.2010, Janoni es, Director de encuesta del instituto Datafolha.

**Imagen 11: Debate electoral en la TV - Globo**



Fuente: Globo 30.9.2010.

El tercer bloque fue abierto por Marina Silva buscando explicaciones de Dilma sobre el caso de corrupción envolviendo a Erenice Guerra, ministra jefe Gabinete<sup>75</sup>. En dirección a José Serra, candidato del PSDB, Marina Silva, candidata del Partido Verde- PV habló sobre la investigación del empresario Paulo Souza, conocido como Paulo Preto, amigo del candidato del PSDB, cuando él era gobernador de São Paulo y responsable de una gran obra en esa provincia. En las consideraciones finales, incluso el tema aborto fue tocado por Marina afirmando que toda mujer debe tener el derecho de decidir cuando quiere ser madre. Marina agradeció y dijo que sí llegar a la segunda vuelta, lucharía por hacer del Brasil un país más verde. Dilma afirmó que llegó con mucho esfuerzo al fin de la campaña y que sí fuera elegida, prometía erradicar la miseria. Plinio enfatiza que tiene certeza que los jóvenes captaron sus mensajes. Serra pide a sus electores que conquisten más votos.

Los temas más polémicos (Corrupción, Familia y Creencia) mencionados arriba no tuvieron tanta claridad en este debate de la Globo. Al contrario de lo que ocurría en los medios impresos y en la competencia, la red *TV-Record*. En la revista *Veja* del día 08 de septiembre de 2010 fue relatado minuciosamente el caso del escándalo del secreto fiscal

---

<sup>75</sup>Erenice Guerra entra en el ministerio de Gabinete en abril de 2010 teniendo la función de controlar todo el trabajo de los ministerios, o sea, ella tenía en sus manos el poder político de trabajar junto a proyectos billonarios, como: PAC – Programa de Aceleración del Crecimiento, actuación del BNDES - Banco Nacional de Desarrollo, Petrobras y Correos. De acuerdo con denuncias en la prensa la ministra forma una cuadrilla favoreciendo familiares y amigos y envolviéndose en corrupción pasiva y activa.

de políticos adversarios al partido PT. Una semana después fueron publicadas seis páginas sobre el caso de corrupción que envolvía a la ministra, Erenice Guerra y una vez más, un gran reportaje intitolado, “*Los ratones del organismo tributario brasileño*”, mostraba la relación de los acusados con el partido de Dilma Rousseff.

De acuerdo con la encuesta publicada en el diario *Folha de São Paulo* del día 7.10.2010, el “Caso Erenice” hizo cambiar más votos que los temas religiosos. El caso del secreto fiscal de personas próximas al partido PSDB quedó ubicado en segundo lugar. El tema del aborto ocupó el tercer lugar. Siguiendo este orden, el periódico llegó a la conclusión a través de una encuesta de que 6% de los electores cambiaron sus posturas. 4% dejaron de votar por Dilma Rousseff y 2% por José Serra.

Observando el último debate electoral en la TV-Record, además de los tres temas principales, el desarrollo del Nordeste brasileño mediante temas como la Ferrovía Transnordestina y la Transposición del Rio São Francisco. Estos temas que afectaban directamente a una gran parte del electorado de Lula y, consecuentemente, del PT. El debate fue marcado por el gran número de agresiones entre los candidatos, temas como escándalos de corrupción, el mensalão<sup>76</sup>, el clientelismo y la discusión religiosa. Otro punto crítico del debate fue el de la privatización, o no, del petróleo y el cuestionamiento sobre el plan nacional de cambio climático. El tema del MST-Movimiento de los sin Tierra quedó en la conclusión final, donde José Serra criticaba a Dilma por su posición ambigua en relación al movimiento.

En una encuesta del instituto Datafolha, (20.10.2010) el 66% de la población brasileña asistió total o parcialmente a la propaganda electoral de los tres principales candidatos. Estando de acuerdo o no, con el análisis del articulista, Mauro Paulino del diario *Folha de São Paulo*, cuando confirma a través de datos el poder de alcance de la Televisión y la penetración en los más diversos estratos sociales de la población. Podemos entonces afirmar que la era mediática la comunicación política, en países como Brasil y Argentina, pasa todavía por la clave de la televisión.

---

<sup>76</sup> El caso Mensalão deberá ser juzgado en agosto de 2012, según el Supremo Tribunal Federal. <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/>. Acceso en: 11.7.2012.

Para Bourdieu, la televisión en busca de audiencia, expone un gran peligro, no solamente para las diferentes esferas de producción cultural, sino también para la política y la democracia y espera que aquello “que podría haberse tornado un extraordinario instrumento de democracia directa no se convierta en un instrumento de opresión simbólica.” (1997: 13).

Todavía, sobre el papel de la televisión, Bourdieu (1997) afirma que cuando esta es influenciada por la política y presionada económicamente – ejerce una violencia simbólica, con la complicidad tácita de quien la sufre y muchas veces de quien la ejerce (inconscientemente) también. Dentro de los noticieros, las variedades (o Fatos-bus) ocupan gran parte de la programación y del tiempo valioso de la TV, aún sin importancia relevante para la población, estas noticias agradan por ser de interés común, y de consenso general; al mismo tiempo, ocultan cosas preciosas e importantes. Si observamos la televisión también ‘oculta mostrando’, segundo Bourdieu, cuando muestra una cosa diferente de lo que debería mostrar, de una forma insignificante o la misma con otro sentido. Estas afirmaciones de Bourdieu (1997) pueden ser observadas, tanto en el último debate electoral de la TV – Globo, como en de la TV- Record, donde temas importantes fueron suprimidos, dando lugar a temas superficiales o a discusiones personales.

### **3.3. Telefe - Canal 11 y su aproximación con el poder**

*La actividad periodística de un país, en sus distintas formas, es el reflejo de la vida misma de un pueblo. De colectividades sin ética y hombres sin honor no puede esperarse sino un periodismo sin objetivos, sin valores morales y sin virtudes. Cada pueblo tiene el periodismo que se merece. El periodismo, como toda actividad humana, al servicio del pueblo se ennoblece y al servicio de la pasión del hombre se envilece. Yo estimo fundamental por eso que el periodismo acepte ante todo, y como primera norma de su ética, someter sus intereses a los ideales. Solamente así podrá servir al pueblo y por la misma razón ennoblecerse.*

Aún en las primeras transmisiones experimentales ocurridas en la década de los cuarenta, en las universidades, la Argentina como en la mayoría de los países latinoamericanos, tiene el marco inicial de su historia televisiva en la década de los cincuenta, como en Brasil. También como en Brasil, los primeros aparatos televisivos: cámaras, transmisores, cables, luces, repuestos y todo lo necesario para poner la televisión en marcha eran provenientes de los EE.UU. De acuerdo con Sirvén (1988) el primer canal de televisión porteño se debe al empecinamiento de Eva Perón, quien en la década de los cincuenta emplazó al ‘Zar’ de la radiofonía, don Jaime Yankelevich, a que rápidamente dotara al país de ese medio de comunicación. La primera imagen vista en la televisión argentina fue la de Evita, pero la formalización del nacimiento de la televisión argentina se produjo el 17 de octubre de 1951 con el acto por el Día de la Lealtad en Plaza de Mayo, presidido por el general Perón. Con eso, se nota una ‘politización de la TV argentina’, la cual marcó definitivamente su rumbo. “Tal vez con la excepción de Arturo Illia – pudo sustraerse la tentación de infiltrarla ideológicamente.” (SIRVÉN, 1988:22).

La estatura comercial impuso sus condiciones, o sea, muchos espacios fueron prácticamente cerrados y cedidos a anunciantes con poder de decisión sobre los mismos. Walger e Ulanovsky (1974) nos cuenta que el estado mantenía la titularidad del servicio, pero en su seno comenzaban a desarrollarse importantes movimientos privados autónomos. Muchas de esas empresas de cuño privado surgieron mediante el decreto-ley N° 15.460, en 25 de noviembre de 1957, durante el gobierno del general Pedro Eugenio Aramburu, el cual se adjudicaron las primeras licencias a las empresas CADETE, DICON y Río de la Plata TV para establecer canales privados de televisión.<sup>78</sup>(SIRVÉN: 1988). Para concurrir a una licencia, las empresas tenían que enviar sus propuestas que deberían ser evaluadas por la Comisión de Adjudicaciones,

---

<sup>77</sup> Palabras pronunciadas el 24 de junio de 1953 con motivo de la inauguración de los cursos de Periodismo de la Escuela de Periodismo, creada por el Sindicato Argentino de Prensa. (Doctrina Peronista; 2005:234).

<sup>78</sup> Esta fecha la tomo como oficial por estar presente en otros documentos consultados en la Biblioteca Nacional de Buenos Aires y en la Biblioteca del Congreso en el periodo de la investigación. Para el investigador Mastrini (2009) el decreto-ley firmado por el general Aramburu fue el de N°6.287 en abril de 1958.

pero en abril de 1958 empieza a funcionar una junta evaluadora formada por miembros de la Dirección General de Radiodifusión.

De acuerdo con Mastrini (2009) la formación de una nueva comisión puede explicar las diferentes formas de pensamiento del gobierno militar. La comisión ganadora fue la segunda que tenía en sus manos el deber de formar una televisión no solamente antiperonista, sino además con prudente distancia del frondizismo pactista. Así, el canal 13, adjudicado por Río de la Plata surgió a partir de un acuerdo de algunos personajes de la UCRP - Unión Cívica Radical del Pueblo, juntamente con representantes de la aristocracia agroexportadora. La empresa DICON, administradora del canal 11, actualmente TELEFE, se formó alrededor de la figura del padre Héctor Grandinetti, quién había aglutinado a un grupo de inversionistas allegados al Colegio del Salvador. Finalmente la empresa CADETE, que obtuvo la licencia de Canal 9 era encabezada por Kurte Lowe y contaba entre sus accionistas con varios empresarios de la industria cultural y algunos militares.

Después de ese paso, podemos decir que la sociedad argentina tenía tres empresas privadas con licencia para emitir imágenes por televisión. Walger y Ulanovsky (1974) explican que la dificultad era buscar capitales extranjeros dispuestos a invertir en las televisiones argentinas. Los licenciatarios encontraron guaridas financieras en las tres grandes empresas norteamericanas, CBS, NBC y la ABC, que desarrollaban una política de expansión continental. Mastrini (2009) afirma que la ley prohibía la participación de capital extranjero en los canales, la relación se estableció mediante productoras de programas controladas por americanos.

Estas empresas se dedicaban formalmente sólo a producir contenidos y por lo tanto, quedaban fuera del marco jurídico de la ley de radiodifusión, pero en realidad eran las que detentaban el control de los canales de la televisión. (MASTRINI, entrevistado en 20 de octubre de 2011).

En el artículo, *El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada Argentina*, Mastrini (2009) levanta hipótesis que la política de licitación llevada por el

gobierno de Aramburu estaba más destinada a definir un nuevo sistema comunicacional, a revertir el sistema de propiedad de los medios derivado del gobierno de Perón. Ese nuevo sistema conformó un modelo televisivo caracterizado por la iniciativa privada y la explotación comercial de la radiodifusión.

Los frutos de la televisión privada plantados en la década de los cincuenta brotaron a partir de la década de los sesenta. Una década marcada mundialmente por movimientos políticos, ideológicos y culturales. La salida al aire del canal 11 – actualmente Telefe - comenzó el día 21 de julio de 1961, después de ceder el 40% de las acciones al representante legal de cadena ABC, Pedro Simoncini. Además el canal dependía de la productora Telerama, que estaba en un 90% en manos de la ABC. Sirvén (1996) afirma que en los folletos de propaganda de la ABC a nivel mundial incluían a Canal 11 entre sus propiedades.

Lo más interesante es que el Decreto-ley N° 15.460/57 era un instrumento legal, mediante el cual la Revolución Libertadora tenía como objetivo evitar formación de monopolio informativo en la Era Perón, pero en seguida dos de los principales obstáculos ideados por las mentes castrenses fueron burlados. (MASTRINI, entrevistado en 20 de octubre de 2011).

Los dos obstáculos comentados por Mastrini en la entrevista, también son puestos en su artículo.<sup>79</sup> De acuerdo con el investigador es comprobatorio el involucramiento de los extranjeros accediendo indirectamente a las licencias de televisión por la vía de la creación de las productoras cautivas. El otro, es la formación de cadenas comunicacionales formadas por empresarios de carácter privado. Concluyendo ese apartado se puede afirmar que el decreto-ley de radiodifusión firmado por Aramburu, como una política antiperonista, al cabo de unos pocos años termina como el resto de la política económica, donde hay una introducción y una consolidación de poderosos intereses de la política americana.

---

<sup>79</sup>Guillermo Mastrini, *op. cit.*

En los años setenta, en materia de radiodifusión hubo cambios importantes. Como se dice entre los historiadores argentinos hubo la ‘danza de las sillas,’ o sea, cuando el poder de los medios masivos de comunicación cambia de manos. El empresario, Héctor Ricardo García, propietario de Editorial Sarmiento, Radio Colonia y Discos Microphon adquirió la mayoría de las acciones de Difusora Contemporánea SA (DICON), asumiendo el control de la adjudicataria de la licencia canal 11 (actual Telefe) y su productora subsidiaria Telerama. El mismo proceso sucedió en 1971 con el canal 13 cuando el empresario, Goa Mestre asociado con el grupo Vigil compró del grupo americano CBS/Time-Life su parte de las acciones Proartel, la productora del canal 13. Tras las últimas compras por parte de empresarios argentinos, se observa una salida representativa del capital extranjero de las industrias televisivas argentina. (WALGER; ULANOVSKY, 1974).

El periodo de televisión privada en Argentina no tendría un plazo largo. En el segundo semestre del año 1973 con la asunción de Perón al poder y la emisión del decreto 1.761/73 fueron declaradas caducas las licencias de los principales canales de televisión (9,11 y13 de Buenos Aires).<sup>80</sup> Muchos factores contribuyeron para tal fenómeno. Algunos de esos canales ya habían cumplido el plazo de 15 años de otorgamiento. Perón estaba fuertemente influenciado por la televisión europea. Otro factor también influyó en la estatización de los canales, como: una importante crisis económica, producto del aumento del petróleo y su impacto en la economía mundial, así el gobierno argentino se disponía a estatizar los principales canales privados del país.

Ya en el primer semestre de 1974, debido a la confusión formada por la decisión de Perón de estatizar los medios televisivos fue organizada una reunión entre el gobierno y los gremialistas. Según Sirvén (1996) Perón mezclaría argumentos estatistas y privatistas generando cierta confusión entre sus interlocutores. Por momentos alababa el servicio europeo y resaltaba que la televisión debía servir a los intereses de la comunidad, pero a los pocos minutos destacaba la importancia de los programas de entretenimientos y relativizaba la importancia de que el Estado posea los medios

---

<sup>80</sup> Entre ellos estaban también los canales 8 de Mar del Plata y 7 de Mendoza.

masivos de comunicación<sup>81</sup>. Morone y De Charras (2009) resalta que el resultado del encuentro se situó en una frase de Perón hacia los gremialistas “esto lo deben resolver ustedes que son los que conocen el problema”. Los autores explican que en aquellos momentos la estatización fue conocida como la nacionalización.

La actitud de Perón, de nacionalizar los servicios de los medios masivos de comunicación no fue compartida por todos de la política. Nielsen (2003) muestra que en agosto de 1974 en una reunión con varios sindicatos y el dirigente de la UCR – Unión Cívica Radical, Ricardo Balbin, no estaban de acuerdo con las medidas de estatización.

No comparto la idea de estatización; creo en la libertad y no me gusta la estatización total porque he visto los resultados que produjo en el pasado. La televisión es un medio de difusión que entra en los hogares y pienso que debe ser autónoma y no dependiente del Estado. (BALBIN *in* NIELSEN, 2003: 72).

Morone y De Charras (2009) concluyen que la estatización fue un hecho y que el gobierno peronista no tuvo tiempo suficiente de implementar su proyecto de servicio político, o sea, el Proceso de Reorganización Nacional<sup>82</sup>, porque Perón terminaría muriendo ese mismo año (1974).

El mayor proceso de concentración de los medios masivos de comunicación, desnacionalización y falta de control público ocurrió entre las décadas de los ochenta y noventa. Fruto de los cambios ocurridos y de un agudo proceso de concentración empresarial se conformaron dos grandes conglomerados mediáticos, el grupo Clarín y la sociedad Citicorp Equity Investment (CEI) Telefónica. Los dos juntos formaron el duopolio más significativo de la Argentina a finales de siglo XX<sup>83</sup>. Algunos estudiosos

---

<sup>81</sup>Para Sirvén (1996) esta forma de relativizar el alcance de los medios se hacen patente con una reconocida reflexión de Perón: en 1945 todos los medios masivos de comunicación estaban contra nosotros y ganamos las elecciones. En 1955 todos estaban a favor nuestro, porque eran nuestros la mayor parte, y nos echaron, y en 1972 estaban todos contra nosotros y le ganamos por el 60 por ciento. (CICMAT, 1974 *apud* SIRVÉN, 1996).

<sup>82</sup> De acuerdo con Basualdo ese proceso fue entre (1976-1983).

<sup>83</sup> De acuerdo con Albornoz et al., (2000) estas empresas controlan cuatro de los cinco canales abiertos de la Ciudad de Buenos Aires, el 85% de los abonados al sistema de televisión distribuida por cable, el diario de mayor circulación del país, las principales emisoras de radio AM y FM, tiene una presencia

(Albornoz y Hernández) dividen la década de los noventa, en dos grandes tópicos de 89-95 y después de 95-2000.

Los dos grandes grupos que tuvieron ganancia con las transformaciones en la radiodifusión a través de las privatizaciones fueron *Clarín* (Canal 13) y *TELEFE* (Editorial Atlántida-familia Vigil – Canal 11). El segundo periodo es caracterizado por la presencia de capitales extranjeros (Empresas de Telecomunicaciones y Transnacionales de la Comunicación). La compra del canal 11 (Telefe) por la CEI-Telefónica con apoyo explícito del gobierno, ocurrió entre el periodo de 97-98. Desde entonces y tras varios cambios del paquete de acciones del CEI-Telefónica, esta última multinacional pasó a dominar el conglomerado y a posicionarse como el principal operador de televisión abierta del país (ABELES, FOCINITO, SCHORR, 2001).

Al final del año 2001, Argentina atravesaba una crisis de inestabilidad institucional, que de una forma u otra, reflejaba sobre la política de los medios de comunicación. Los medios masivos de comunicación aun siendo empresas privadas con intereses económicos, también desempeñan papeles centrales en el desarrollo del sistema democrático. Entre 2002-2003 cinco presidentes pasaron por el poder ejecutivo argentino y el que llegó a cumplir el periodo de transición fue Eduardo Duhalde. Claro que la crisis económica determinó el epicentro de su gobierno y la política de comunicación permaneció igual, donde las medidas implementadas para salvaguardar la propiedad de los principales medios privados comerciales y garantizar su posición, de mercado fueron mantenidas.

De acuerdo con los periodistas y empresarios de la comunicación, el periodo que corresponde a los ‘Kirchner’ (2003 – 2015)<sup>84</sup> es un tiempo conturbado tanto para la economía, como para la prensa, hecho que no se deja ser confirmado por los estudiosos y por las estadísticas. Desde el primer semestre de 2003, cuando Néstor Kirchner asumió la Presidencia de la Nación era común oír, leer o escuchar que la forma de gobernar del presidente era contra los medios de comunicación. Todo eso, partió de un

---

dominante en la prestación de servicio básico telefónico y en telefonía celular, en el acceso a internet y en la elaboración de contenidos en español.

<sup>84</sup> El período que corresponde a Néstor Kirchner es de (2003-2007), Cristina Kirchner (2007-2015).

discurso específicamente crítico sobre las políticas neoliberales llevada a cabo en los años noventa, cuando el presidente concluye que:

En la Argentina hubo una forma de hacer política y un modo de gestionar el Estado propio de dicha década, caracterizada por decisiones gubernamentales tomadas en consonancia con los intereses de los núcleos de poder económico con amplio eco mediático que terminaron desprestigiando la política y condujeron al derrumbe del país había llegado al fin. (Discurso de Asunción, 25.5.2003).

Los ejes que guiaron su gestión fueron bien definidos y presentados por un cuadro conceptual como: educación, salud, contención social, seguridad, economía, política internacional y derechos humanos. Él aun señaló que: “para lograr la vigencia de una efectiva democracia sería necesario cumplir con transparentes y racionales reglas, imponiendo la capacidad reguladora del Estado ejercida por sus organismos de control y aplicación”. (Discurso de Asunción, 25.5.2003).<sup>85</sup> En ningún momento del discurso presidencial, se hizo alusión a los medios de comunicación.

Para Califano (2007) bajo el gobierno de Néstor Kirchner varias medidas implementadas en materias de comunicación vinieron a favorecer directa o indirectamente a los grandes conglomerados mediáticos<sup>86</sup> y que contribuyeron de este modo a profundizar la concentración económica en el área. La primera normativa editada por ese gobierno fue la Ley 25.750 que además de auxiliar empresas en estado de endeudamiento, también permitía a las empresas de comunicación a tener participación con capital extranjero.

---

<sup>85</sup> Las dos citas corresponden al discurso de asunción pronunciado por Kirchner el día 25.5.2003. Disponible en: [http://eldia.com.ar/documentos/discurso\\_Kirchner/](http://eldia.com.ar/documentos/discurso_Kirchner/)

<sup>86</sup>De acuerdo con el Instituto Prensa y Sociedad (IPyS) en un estudio publicado en 2009, los investigadores, Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2009) muestran que en Argentina el grande conglomerado mediático es formado por: Prensa – Clarín y La Nación; Radio – Radio AM 10 del empresario Daniel Hadad; Televisión Abierta – Telefe (canal 11), perteneciente al grupo Telefónica española y Canal 13 – perteneciente del grupo Clarín. Los dos principales grupos de comunicación en Argentina de 2004 continuaban siendo Clarín y telefónica. Véase Becerra y Mastrini (2006).

Otra medida que justificó la aproximación de Néstor Kirchner con los medios televisivos de comunicación, o sea, con el grupo el *Clarín* y Telefónica (Telefe, canal 11 y Canal 13) en Argentina fue la firma de la resolución 1.326/04 en el día 30 de septiembre de 2004, extendiendo la titularidad de la licencia Canal 13, mientras la licencia del Canal 11 (Telefe) fue firmada en día 17 de diciembre del mismo año. A través de esa concesión ambos canales tienen derecho de vehicular sus contenidos hasta el 14 de enero de 2015, o sea, 10 años más. En un pronunciamiento en la Casa Rosada, el presidente justifica su actitud para con los medios de comunicación: “queremos los medios en manos de empresarios nacionales, como ocurre en países más serios del mundo”. (REINOSO, La Nación, 21.5.2005).

Aunque no se mencionó que entre los principales beneficiarios de la norma se encontraban los españoles del grupo Admira (Telefónica) y del grupo Prisa, y los mexicanos del grupo CIE, lo cierto es que la promulgación de esta normativa vino a subsanar otros objetivos e intereses, que se relacionaban con el pedido expreso por algunos licenciatarios de medios cuyas empresas se hallaban en una situación jurídico-patrimonial crítica. (CALIFANO, 2007: 43).

Mastrini (2009) explica que esa actitud del gobierno fue muy bien acertada, una vez que las empresas de comunicación precisaban de manera perentoria extender el plazo de sus licencias para renegociar deudas, cuyo vencimiento de pago excedía los términos de las concesiones. En el área económica, de acuerdo con el economista Broder (2005) el periodo que corresponde a 2002-2005 fue de pura prosperidad para la sociedad argentina. Entre 2003-2004 la economía en su conjunto creció 9%, ya en el periodo 2004-2005 creció 8,8%<sup>87</sup>. Él afirma que en ese corto periodo de tiempo se percibe una restauración de la seguridad jurídica, promoción del desarrollo sostenido de la economía y seguridad de la justicia distributiva. (2005: 23). El economista también percibe diversas etapas en ese periodo; no solo un grado de libertad más consistente desde el punto de vista técnico, sino también una recuperación económica y la reactivación de la

---

<sup>87</sup> Fuente: Clave económicas 5.4.2005 con datos de Ministerio de Economía.

producción y empleo con fundamental aplicación de los recursos ociosos consecuencia del periodo recesivo largamente sufrido.

Para Curi (2010) las noticias vinculadas al estado y evolución de la economía también favorecían al gobierno, ya que se referían a las perspectivas de crecimiento económico, a la baja persistente del desempleo y al avance en las negociaciones con el Fondo Monetario Internacional. Pero los periodistas y los medios de comunicación veían esto de otra forma. En un editorial del periódico, *La Nación* en junio de 2003, la columnista, Paula Juárez afirma que, el presidente tiene una obsesión con la información que sale en los diarios y que buscaba solucionar problemas concretos y no hacer tantos discursos o anunciar proyectos. En definitiva, el editorial señalaba que Kirchner buscaba “reconstruir la institución presidencial y eso es, para él, decidir y estar en todo. No quiere intermediarios ni operadores políticos ni siquiera en el congreso” (JUÁREZ, *La Nación*, 01/06.2003).

Ese mismo periódico critica la posición de Néstor Kirchner por haber dado entrevista al Canal 11 (Telefe) un día antes de empezar la campaña electoral como candidato a diputado nacional bonaerense. La periodista, María José Lucsole (2009) empieza su texto hablando que el lanzamiento que preveía no llegó. En la entrevista con Rodolfo Barili, conductor del noticiero, *Telefe Noticias de las 20h*, Kirchner deja claro que falta 48 horas todavía para el cierre de listas. Lucsole no contiene sus críticas y afirma que el futuro candidato durante la mayor parte de la entrevista se comportó como un candidato en campaña, aunque aún no lo fuera de forma oficial. “Semejante exposición pública no le sirvió para levantar el nivel de audiencia. A las 21.20 el rating era de 15,1. En el Canal 13, Telenoche media 15,2”. (LUCSOLE, *La nación*. 2009:8).

## Imagen 12: Rodolfo Barili entrevista Néstor Kirchner



Entrevista en la Residencia de Olivos 07.05.2009

Las críticas a los Kirchner y a algunos medios de comunicación no paran. El mismo día y en la misma página, Pablo Sirvén (2009)<sup>88</sup> no critica solamente a Néstor Kirchner, sino también los contenidos de la televisión Telefe.

No se sabe si en la intimidad de la residencia de Olivos los miembros de la pareja presidencial coinciden en todo, pero en lo que sí demuestran total unanimidad es a la hora de pulsar el control remoto: sin mirarse los dos eligen Telefe. Será porque es el canal de más audiencia y disfrutan de su programación pasatista, los culebrones siesteros, *los maratones de los Simpson*, las emociones ligeras de los chicos *Casi Ángeles* y de *Operación Triunfo*, [...] o porque se entusiasmaron con otros ciclos de mayor compromiso (Montecristo, TV por la identidad, *Vidas Robadas* y hasta las insolentes noticias al paso que les conceden CQC.). (SIRVÉN, *La Noticia*, 8.5.2009).

En el artículo, *El canal Preferido*, Sirvén (2009) señala que, Telefónica, el holding Internacional que controla el Canal 11 (Telefe) viene haciendo tan buena letra con el poder (y el poder con ellos) que no parece tan casual que en menos de tres meses la pareja presidencial haya decidido otorgar sendas exclusivas a esa emisora. Sirvén y

<sup>88</sup> Secretario de Redacción del Diario *La Nación*.

Ulanovsky (2009) también critican la postura de la presidenta por haber dado una entrevista en España al reportero de Telefe, Francisco Mármol.

**Imagen 13: Francisco Mármol<sup>89</sup> entrevista Cristina Fernández Kirchner**



Entrevista en Madrid 10.2.2009.

Como si no fuera suficiente escribir en el periódico, el autor publica repitiendo casi el texto íntegro en su libro, *¡Que desastre la TV! Pero como me gusta...* (2009). Para Sirvén y Ulanovsky (2009: 336) la Argentina de los Kirchner vive dentro de su propia burbuja. “El gobierno sigue con sus embates obsesivos hacia la prensa en general y con predilección sobre el diario *Clarín*”. Ese mismo punto de vista es compartido por el columnista del periódico, *La Nación* y profesor invitado de la Universidad Autónoma de México, Adrián Ventura<sup>90</sup>. Para él, la prensa está en la línea de tiro de la política de confrontación adoptada por la presidente de Argentina, Cristina Kirchner. En el primero semestre de 2010, el 1° Fórum, *Democracia & Liberdade de Expressão*, en la ciudad de São Paulo, Ventura en su charla explica que, cuando Néstor Kirchner llegó al poder, en 2003, la relación empezó mal, pero luego se inicia un capítulo de seducción, el gobierno intentando sobornar, captar a los periodistas y los medios de comunicación. Cuando la línea de los medios era favorable al gobierno, ellos eran premiados con publicidad oficial. Los más críticos eran rechazados. Ese estilo de relación con la prensa duró hasta

<sup>89</sup> Francisco Mármol es español y director de contenidos periodístico de Telefe.

<sup>90</sup> El articulista y profesor fue entrevistado por el autor en 7.3.2010.

2007. A partir de esa fecha, las cosas se quedaron peores. Cristina y Néstor empezaron a atacar los diarios y al grupo Clarín (principal grupo de comunicación argentino).

En un intervalo del Fórum preguntamos a Ventura por el motivo que los Kirchner optaron por esa línea de ‘combate’. Según él, los Kirchner siempre tuvieron como estrategia política la confrontación y siempre gobernaron como si estuviesen en una campaña permanente.

Ellos no quieren consensos. Ya entraron en confrontación con los militares, los jueces, los medios de comunicación, las empresas. Y en esas sucesiones de conflictos, la prensa empezó a partir de 2007, a exponer la falta de resultado de la gestión Kirchner. Los Kirchner se sintieron incomodados con eso, pensaron que no necesitaban tolerar las críticas y partieron para los ataques contra la prensa, sobre todo contra el grupo Clarín. (VENTURA, entrevistado en 7.3.2010).

**Imagen 14: Columnista Adrián Ventura / *La Nación***



Fórum Democracia y Libertad de Expresión. 7.3.2010

Califano (2007) explica en la conclusión de su tesis que la política de comunicación guiada por Néstor Kirchner estaba lejos de la promoción de la defensa de los derechos fundamentales de los ciudadanos a la comunicación, a la información y a la libertad de expresión, pero fue 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.

Un punto interesante que puede ser analizado como positivo en la coyuntura política de los Kirchner en relación a la política de comunicación es la modificación del artículo 45 que permite a los sectores sin fines de lucro acceder a licencia de radiodifusión. Desde ese ángulo y de esa postura lo que se observa principalmente es una política contradictoria, algo que generan una gran cercanía entre regulador y regulados, situación que no trasparece a la opinión pública. El resultado de esa contradicción política-mediática puede ser vista en el resultado de las elecciones de 2011 para la Presidencia de la Nación, donde Cristina Kirchner venció con 53,8% delante de otros candidatos, como: Hermes Binner 17% y Ricardo Alfonsín 11,1%.

### **3.4. La política Espectacularizada**

La forma espectacularizada de hacer política no es algo nuevo, tampoco es privilegio de líderes sudamericanos (Lula, Dilma, Néstor, Cristina, Correa o Chaves) para conducir o implementar sus formas de gobernabilidades. Pero, esa técnica teatral es utilizada por ellos para ascender a visibilidad de los medios de comunicación, que por otro lado buscan a través del espectáculo sensibilizar al público (espectadores). Schwartzberg (1978) en su libro: *O Estado Espectáculo*, relata que la política no siempre fue concebida a través de ideas y nos muestra que el espectáculo era una de las pasiones de Luís XIV.

Los monarcas no escaparon a esa pasión por el espectáculo. Luís XIV danza en algunos bailes ejecutado en su corte y muchas veces toma parte en los divertimentos reales presentados en Versalles. En 1664, cuando se representaba la Princesa de Édila, el rey vestido en una ropa dorada y montado en uno caballo adornado con diamantes, se presenta en el mismo cortejo que Du Parc, vestida en una ropa centelleante verde. (SCHWARTZENBERG, 1978: 128).

Schwartzberg (1978) también señala que los tiranos que aparecían en las ciudades griegas entre los siglos VIII y VI A.C ya utilizaban fiestas populares en beneficio de sus propagandas. “En Roma, la población pobre vivía de distribuciones gratuitas de pan, aceite y vino. [...] Era mejor, por tanto, distraerla. En algunos años, los días de fiestas llegaba hasta a 175, cada emperador intentaba superar a su antecesor”. (SCHWARTZENBERG, 1978: 287). Esa forma de hacer política también puede ser vista en las sociedades modernas. Los espectáculos también fueron utilizados por el nazismo, el comunismo y en la política americana.

Otro autor que estudió el espectáculo en el periodo monárquico fue el estudioso, Apostolides (1993). Él explica que el espectáculo atrae y disimula al mismo tiempo. Una de sus funciones es la disimulación y que puede ser interpretado como ideología concretizada, en que la representación da brillo a los grupos que se confrontan para mejor negar la discordancia. Un trabajo académico que puede ser analizado y trata de ese eje es del autor Alfonso de Albuquerque (1992), donde él confirma que el espectáculo no es una gran novedad para la sociedad contemporánea. En su trabajo, él cita el texto: *Negara: O Estado-teatro no século XIX*, del autor Clifford Geretz, relatando el espectáculo en la política balinesa. En Bali, el gobierno no tiene interés en acumular poderes y sí en promover espectáculos a través de cremaciones, consagraciones de templos, peregrinaciones y sacrificios de sangre.

Antes de adentrarnos en temas políticos específicos como; los 30 años de la Guerra de las Islas Malvinas: el reclamo a la ONU y el Papel Prensa con sus espectacularizaciones en los medios masivos de comunicación buscaremos explicar el papel del *espectáculo político* dentro de la sociedad contemporánea. Por lo tanto, tomamos como base el artículo de Leandro Colling (2000)<sup>91</sup> donde él explica el sentido de ese concepto.

El término espectáculo político se refiere a las actividades públicas que se ofrecen a los ojos de un público espectador, como instrumento de análisis. El espectáculo político designa una situación en la cual, el hecho de algo ser mostrado para un

---

<sup>91</sup> Leandro Colling (2000). O conceito de Espectáculo e o Telejornalismo. A seca e os saques do Nordeste no Jornal Nacional e as Eleições 98.

público espectador se torna crecientemente interpretado y evaluado como previa condición de su importancia política. (COLLING, 2000:62).

Para este autor no hay dudas que el espectáculo no es sólo una característica de la sociedad contemporánea, pero en la actualidad, ese recurso político tiene características peculiares. Y, además, explica que el hecho de siempre haber existido, no significa que el espectáculo no tenga importancia en el análisis de la sociedad. Para uno de los más nobles de los estudiosos de ese concepto, Gay Debord (1997), el espectáculo está en todos los lugares, en todos los sectores de las sociedades, porque para él, los hombres dejaron de vivir la vida directamente y la vida se tornó una representación.

Colling (2000) explica en su artículo que en esa percepción de Debord reside un divisor de agua, porque para ese autor, la representación es un concepto importante para entender su pensamiento. “En el espectáculo, una parte del mundo se representa delante del mundo y le es superior. El espectáculo no es más que el lenguaje común de esa separación.” (DEBORD, 1997: 23). El mismo autor también explica que: “el espectáculo es una forma de sociedad en que la vida real es pobre y fragmentada, y los individuos son obligados a contemplar y a consumir pasivamente las imágenes de todo lo que le falta en su existencia real.” (1997:15).

Otro autor que es compatible con las ideas debordianas es Baudrillard (1995), que aun sin tener directamente el espectáculo como su objeto de estudio, él defiende que todo fue reasumido por la lógica del mercado;

No sólo en el sentido de que todas las funciones, todas las necesidades se encuentran objetivadas y manipuladas en términos de ganancia, pero aún en el sentido más profundo de que todo es espectacularizado, o sea, evocado, provocado, orquestado en imágenes, en signos, en modelos consumibles. (BAUDRILLARD, 1995: 2005).

Colling (2000), como un defensor de la espectacularización de la política crítica, el posicionamiento de Debord, y consecuentemente de Baudrillard, asocia su forma de pensamiento a Lipovetsky (1989) al afirmar que:

No hay como vernos en el mundo contemporáneo sin las imágenes mediadas, sin la representación que él [Debord], tanto crítica. Eso tal vez, fuese posible en otras sociedades, pero no en la contemporánea. Hoy, la realidad es hecha y presentada en la convivencia física y en la vivencia existente en el espacio virtual. El concepto de Debord reside en aceptar esa nueva configuración, su perspectiva pesimista puede ser encontrada en varios autores. (COLLING, 2000: 58).

Gilles Lipovetsky (1989) condena la forma apocalíptica de Debord y Baudrillard de ver el espectáculo y defiende que la pretensión social no está en juego y sí la sed de imágenes y de espectáculos. Traduciendo eso, para dentro del periodismo, el autor define el periodismo espectacular de una u otra forma, aproximándose a nuestras necesidades analíticas.

El periodismo televisivo oscila de lo anecdótico al thriller, es inseparable del placer del ojo, de la representación directa, de la estimulación hiperrealista. No hay información sino un caleidoscopio de las imágenes, es el reino de la cinta imagen, del efecto visual, del decorativo: el teatro visual colonizó el periodismo televisivo. (LIPOVETSKY, 1989: 232).

Otro punto en que Lipovetsky (1989) no está de acuerdo con Debord es en relación a la pasividad del telespectador. En la visión del primer autor, todavía es posible comunicar y raciocinar y que el público en la condición de espectador no sea insignificante, porque para él, el desarrollo del raciocinio individual pasa mucho más por el consumo de información, que por discusión entre individuos.

Wilson Gomes (1995) también trabaja con el concepto de representación para entender la espectacularización. El autor desmiembra dos formas de *Ficción*, una teatral y otra

ficción de acción a través de la narración. Gomes concluye que el espectáculo está más próximo de la ficción, por otro lado, la representación está vinculada a la producción de emociones en el ánimo del espectador. Sfez (1991) nos explica, cómo es esa aproximación entre el espectáculo y la ficción. Para ella, el espectáculo supone una posición de longitud entre el espectador y la escena, pero al mismo tiempo nos incluye en la propia escena y nos lleva a creer en esa inclusión. Pero se sabe, que la conexión entre el emisor lejano y el espectador sólo es posible a través de la electrónica y de dispositivos complejos.

Sfez (1991) aun critica la forma cómo ese intermediario tecnológico (Televisión) que se presenta delante del espectador. Como ejemplo de simulación, la investigadora utilizó una ceremonia del Papa en Polonia y los polacos. En cuanto los polacos reciben al Papa en su país, en su calle, el resto de fieles católicos lo reciben en su casa a través de su televisión, el cual se presenta de una forma espontánea y natural (simulacro). Observando esa corta presentación bibliográfica podemos dividir los autores en dos grupos. El primero, formado por aquellos que ven el espectáculo como algo malo y, el segundo, grupo es formado por ‘positivistas’, aquellos que perciben el lado bueno y necesario de ese dispositivo. Pero de una forma o de otra los dos grupos concuerdan que el espectáculo político contiene una porción de representación, de simulación y de teatralización. La divergencia se encuentra en los efectos que la representación causa en la sociedad y la política. Como mencionaba en el primer párrafo de ese apartado, el espectáculo es utilizado por la política, como forma de ascender a visibilidad. Para los estudiosos del espectáculo, eso no anula la retórica que por muchos siglos tuvo su importancia en la forma de hacer política. Pero en la sociedad contemporánea de acuerdo con Rubim (1994) le parece que la mediación de las imágenes es más necesaria para captar la atención de la población.

Acompañando el raciocinio de Rubim, Gomes (1995) aconseja a la política de nuestro tiempo a rever o abandonar sus procedimientos tradicionales y a buscar otras estrategias de enunciación y presentación, pero más adecuadas a la lógica de los medios de comunicación. Con ese pensamiento Gomes recibió algunas críticas, porque él agrega que; “los *mass media* pueden dispensar la política, pero la política no pueden prescindir

de los *mass media*.” (GOMES, 1996:31). Para ese autor el espectáculo se tornó esencial para la nueva comunicación política y para la nueva política, habitante del mundo mediatizado.

Teniendo esa referencia, analizaremos como los medios masivos de comunicación y la política trató o viene tratando temas como: Islas Malvinas y Papel Prensa bajo la óptica del espectáculo en la coyuntura política de los Kirchner. El 25 de mayo de 2003, Néstor Kirchner pronunció su discurso de asunción y en algunos pasajes, destacó algunos elementos que permanecerían por algunos años en su legislatura. En 2007 la presidente argentina, Cristina Kirchner, también se valió de los mismos recursos que también fueron repetidos en varios momentos en su campaña electoral de 2011 y muchos de ellos fueron representados por los medios<sup>92</sup>.

Entre dichos elementos o conceptos, el más mencionado fue el de ‘cambio’. Enfatizó la diferenciación con el pasado y la propuesta de un cambio, o ‘renacimiento’. En su discurso hablaba siempre del pasado relacionado con el fracaso o el final de una época, refundar. Otros términos discursivos utilizados por Néstor Kirchner, cuando hablaba sobre la implantación del nuevo modelo económico eran; ajuste, inequidad social, corrupción. Curi (2010) basado por Verón (1987) y analizando el montaje del espectáculo para la construcción del poder kirchneriano, encuentra dicotomías como: Nosotros-Ellos.

El ‘nosotros’ era definido de manera más difusa, mientras que había un primer ‘ellos’ claramente identificado con la clase empresarial local enriquecida al calor de los noventa, la banca privada (nacional y extranjera) las empresas prestatarias de servicios públicos privatizados y los organismos internacionales de crédito. [...] También había un segundo ‘ellos’ asociado a las fuerzas militares y de seguridad comprometidas con la represión ilegal que se constituirían en responsables, junto con ciertos sectores económicos de la

---

<sup>92</sup> Véanse figuras 7, 8, 9 y 10.

‘trágica’ (a nivel social) y también ‘fracasada’ (a nivel económico) década de los setenta. (CURI, 2010: 98-99).

Con respecto a la deuda externa, el discurso apelaba a términos como ‘dignidad nacional’, el discurso relacionó el pago de la deuda al crecimiento, y se lo supeditó a la solución de los problemas internos más urgentes. La intención presidencial de demostrar autoridad frente a otros actores institucionales y diferenciarse del pasado puede ser vista, cuando Kirchner visita la Universidad Nacional de la Matanza y señala:

[...] Hay algunos que cuando nos ven trabajar dicen que estamos generando muchos frentes a la vez. Yo no vine ni a especular ni a dormir en el sillón de Presidente. Los argentinos nos han votado porque han confiado en que nosotros podemos llegar a ser una bisagra en la Argentina, un punto de inflexión. Por eso no es que estemos generando muchos frentes, estamos trabajando sobre todos los frentes porque son muchos los dolores las asignaturas pendientes que tienen los argentinos. Entonces yo no vine a esquivar los problemas, están los problemas, a enfrentar los problemas, a vencer los problemas y a recuperar la esperanza en una Argentina diferente (...) vienen aires fuertes del Sur, vientos del Sur para limpiar lo que haya que limpiar. No vamos a dar un paso atrás, no voy a pactar con la corrupción ni con los corruptos. Si tiene que venir una Argentina absolutamente diferente. (...) Vamos a estar resolviendo todo lo que dijimos durante la campaña electoral. Es por eso que sé que ustedes nos van a acompañar; sé que en la Argentina hemos iniciado entre todos un proceso que va a generar el cambio (...).<sup>93</sup> (NÉSTOR KIRCHNER, Universidad Nacional de la Matanza el 12.7.2003).

A través de la idea ‘fuerza’ en torno a los ejes pasado-futuros y ellos-nosotros, el presidente, Néstor Kirchner consiguió montar sus espectáculos y llamar la atención de

---

<sup>93</sup>Visita a la Universidad Nacional de la Matanza el 12.7.2003. Disponible en: [http://www.casariosada.gov.ar.index.php?option=com\\_content&task=view&id=3977&Itemid=120](http://www.casariosada.gov.ar.index.php?option=com_content&task=view&id=3977&Itemid=120)

los medios<sup>94</sup>, como también definir su propio estilo presidencial. Estilo ese, que fue seguido por Cristina en su primera legislatura y permanece en la segunda. Uno de los ejes que resurgió, tanto con Néstor como con Cristina y que toma proyección internacional con derecho a reclamo oficial en la plenaria de la ONU, y manifestaciones en la Plaza de Mayo es la reintegración de las Islas Malvinas. Ese tema tomó una proporción de grandeza después de la implementación de la democracia 1983, pero con los Kirchner es tratado como una dignidad nacional, puesto en la carpeta de agenda internacional Argentina.

### 30 años de la Guerra de las Malvinas

**Imagen 15:** Cristina Kirchner en la ONU    **Imagen 16:** Rodolfo Barrili en las Malvinas



Fuente de la imagen 15: [http://www.youtube.com/watch?v=\\_mCsnd7nUAc&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=_mCsnd7nUAc&feature=related).

Fuente de la imagen 16: <http://www.youtube.com/watch?v=EKiegEFlvhI>.<sup>95</sup>

La presidenta argentina en su discurso 14.6.2012 en la plenaria de la ONU en el comité de descolonización habló sobre la soberanía de las islas y la integridad nacional. El discurso también conmemoraba los 30 años del término de la Guerra de las Malvinas. Un punto criticado por los medios de comunicación en Argentina fue la aproximación de la base gubernista con los adversarios políticos. La comitiva presidencial que llegó a Nueva York fue formada por Ministros, Diputados Nacionales e ex-militares reformados de la Guerra de las Malvinas. Después de hablar sobre los avances hechos por su esposo, Néstor Kirchner, muerto en 27.10.2010, como, la reducción de la pobreza, el aumento en los puestos de trabajo, más seriedad en la justicia social, ella se

<sup>94</sup> Como referencia de espectáculo podemos ejemplificar: la resolución del conflicto docente en Entre Ríos, Renovación de la Corte Suprema y Relanzamiento de la Agenda de Derechos Humanos.

<sup>95</sup> Las imágenes fueron captadas y acezadas en: 6.8.2012.

valió de las mismas técnicas de su marido haciendo comparaciones entre [pasado-presente] y ha mostrado los datos antes de 2003 y los datos actuales.

Aprovechando la oportunidad también no dejó de manifestar sus opiniones al respecto de la situación política-territorial de la Palestina y pidió al consejo de la ONU, más tranquilidad y diálogo en lo que se refiere al caso de la AMIA<sup>96</sup>. Los críticos de la presidenta reconocen esa postura como una estrategia política para juntar adeptos a sus intereses internacionales. Para los medios de comunicaciones argentinos ese acto representativo de los 30 años del fin de la Guerra de las Malvinas ya forma parte del calendario nacional, la presidenta apenas aprovechó el gancho para autopromoverse internacionalmente.

Varios canales de televisión abiertos o pagos pusieron en su estructura de programación algo especial sobre las Malvinas. Fueron documentadas varias manifestaciones en las calles de la capital argentina. La Telefe publicó un documental con el título: *Malvinas, una herida abierta*, ya la Televisión pública, ponía en el aire otro documental llamado: *Malvinas, a 30 años: los debates necesarios*. El noticiero, *Telefe Noticia a las 20h* abrió su programación con la llamada: *Malvinas, tierra de los argentinos*, haciendo una alusión a las tierras que los ingleses llaman Falkland. Varias fueron las materias periodísticas publicadas en los medios impresos. De acuerdo con el reportero del *Clarín* (15.6.2012), Guido Brasiavsky, “la actual crisis diplomática de las Malvinas puede ser considerada una estrategia de los Kirchner para desviar la atención de la opinión pública de la crisis que vive actualmente el país.” Para el reportero eso puede ser una maniobra igual a la que fue hecha en la dictadura.

Para Ventura (*LA NACIÓN*: 15.6.2012) toda esa manifestación no pasa de un teatro político-mediático, en busca de apoyo del público, algo que Curi (2010) llama *going public*.<sup>97</sup>

---

<sup>96</sup> El caso AMIA fue un atentado terrorista con coche bomba sufrido por la comunidad judía en Buenos Aires - Argentina en 18 de julio de 1994.

<sup>97</sup> Según Curi (2010) la estrategia *going public* fue usada durante los primeros meses del gobierno de Néstor Kirchner, ante la fragilidad de su triunfo en las elecciones presidenciales, la lejanía de las elecciones de medio término y fundamentalmente la falta de recursos institucionales y partidarios.

Los Kirchner saben que el pueblo está lejos del gobierno y que la sociedad argentina no se deja llevar por el tema de las Islas Malvinas como ocurrió hace 30 años. Hoy las Malvinas son un problema de política internacional. La situación puede ser útil para Cristina Kirchner porque la pone en la agenda mundial, puede ser útil a otros países de la América Latina para mostrar que ellos tienen fuerza para crear un bloque. Pero no creo que el gobierno quiera despertar la garra argentina con las Malvinas. El problema del pueblo argentino hoy está lejos de las islas. Está en la censura, en el desempleo y en la inflación. (VENTURA: *La Nación*, 15.6.2012).

Otro punto importante, donde se puede observar la espectacularización de la política en conjunto con los medios es con el eje, Papel Prensa<sup>98</sup>. Tema que no necesitaba ultrapasar las fronteras argentinas, caso el tema fuera tratado como cuestión económico-política interna y no como estrategia electoral agrediendo derechos constitucionales, como la Ley Libertad de Expresión.<sup>99</sup>

---

Kirchner salió rápidamente a conquistar a la opinión pública de manera de saldar por una vía alternativa su debilidad en las arenas partidarias y parlamentarias.

Sorj (2010) hablando sobre poder y medios de comunicación explica que los Kirchner se utilizan de una práctica generalizada del *going public*, o sea, ellos interpelan el público con discursos altamente ideológicos (conteniendo puntos interpretativos, clasistas o populistas) sobre los medios de comunicación y la prensa. Sorj muestra que esos discursos, mayoritariamente están presentes en intervenciones públicas presidenciales y los periódicos son encuadrados y mostrados como actores ligados a intereses de clases o grupos privilegiados. Aún sobre los Kirchner el autor los clasifica en dos formas de gobierno. Primero, este gobierno utiliza varias formas y dispositivos de comunicación directa que exhiben combinaciones variables de recursos políticos tradicionales con usos sofisticados y tecnocráticos de recursos de los medios. Según, ese gobierno promovió (con éxito variado) regulaciones en el área de la comunicación a favor de un papel más activo del Estado y de formas alternativas al mercado, utilizando instrumentos, tales como, financiamiento directo y creación de nuevos medios de comunicación públicos, apoyo a formas de cooperativas, nacionalizaciones, reformas legislativas o la no renovación de la licencia.

<sup>98</sup> En entrevista Al autor de ese trabajo, Bessera (2011) afirma que “El Papel Prensa” es una empresa privada existente hace 30 años y que vende papel a 170 diarios de todo el país.

<sup>99</sup> Según el jurista y profesor de la UBA- Universidad de Buenos Aires, Gregorio Badeni (2003), la libertad de expresión y la libertad de prensa como especie de ese género, es la libertad que aparece más veces enunciada en la constitución nacional. A veces en forma expresa, a veces en forma implícita. Varios son los artículos que tratan sobre ese derecho. Algunos artículos son fuentes directas de la constitución de 1826, 1833, 1853, 1859, 1860. Otro fue incorporado en la revisión de 1994. Entre tantos artículos se puede mencionar los: Artículos: 1, 14, 32, 33, 43, 68, 83 e 85. Jornadas “Homenaje al 150°. Aniversario de la Constitución Nacional”. 15 de agosto de 2003. Salón Auditorio del Colegio Público de Abogados de la Capital Federal.

De acuerdo con los periodistas (representantes de los medios de comunicación) la intención del Gobierno al asumir el control mayoritario de la empresa ‘Papel Prensa’ es controlar la libertad de expresión e intimidar la ley de prensa. Como Ventura (2010) dejó claro, la confrontación entre el gobierno y la prensa empezó en 2007. En octubre de 2009 fue sancionada una parte de la ley de los medios y por el motivo del artículo: 161 fue vetada su total plenitud. En ese artículo se expresa que:

Los titulares de licencias de los servicios y registro regulados por esta ley que al momento de entrada en vigencia de esta ley [...] fueran titulares de una cantidad mayor de licencias deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año. (GABRIEL MARIOTO, *La Nación*, 17.8.2011).

Según el gobierno, el artículo 161 se refiere a la desmonopolización de los medios. Con eso, entre las empresas de comunicación argentina, las que más pueden sufrir son, los grupos *Clarín*, *La Nación* y la *Editorial Perfil*, que en la visión de Becerra (2009), tenían que vender parte de sus conglomerados. Los ataques por el tema ‘Papel Prensa’, parte tanto de los medios como de la política. Para los políticos, la empresa ‘Papel Prensa’ debe estar en manos del Estado como forma de una mejor división de la materia prima entre los medios, dando así una multiplicación de voces en Argentina y que esa actitud es sustentada por la población argentina. Timerman<sup>100</sup> en una entrevista al periódico uruguayo, explica que tras la victoria por más del 50 por ciento de los votos que obtuvo Cristina Kirchner en las elecciones primarias es una señal de que la población está a su favor. En ‘*La República*’ deja claro que, “Muchos medios se olvidan de su objetivo de informar y tratan de utilizar su presencia en la sociedad para destituir a ese gobierno”. (TIMERMAN, *La República*. In: *La Nación* 23.8.2011, p. 7).

Para los periodistas, eso es una maniobra política del gobierno para controlar los medios y disminuir el poder de la prensa. Ventura (2010) en una entrevista con la revista brasileña, ‘*Época*’ explica que los Kirchner siempre critican a los medios en sus discursos políticos, acusándolos de mentirosos. En la entrevista, Ventura recuerda la inspección fiscal sufrida por el grupo ‘*Clarín*’ en septiembre de 2009.

---

<sup>100</sup> Ministro de las Relaciones Exteriores del Gobierno de Cristina Kirchner.

Fue una clara intimidación. Cerca de 200 inspectores entraron de sorpresa en el Clarín. No era una inspección para controlar las condiciones de trabajo o las cuentas. No había una acción concreta contra el periódico. Los inspectores tampoco sabían porque estaban allí. Al final, la investigación no sirvió para nada, apenas para servir como ejemplo para el resto de la prensa que si el *Clarín* había sido inspeccionado otros periódicos también podrían venir a serlo. (VENTURA, *Época*: 1 de marzo de 2010).

Tratando, todavía sobre el tema ‘Papel Prensa’, Jorge Fontevecchia, fundador y propietario del Grupo Perfil explica en una entrevista al Site *Folha/UOL* (22.12.2011) que el fundador de la empresa ‘Papel Prensa’ fue la editorial brasileña *Abril* y que tenía la función de publicar la revista *Abril* en Argentina. Pero, según Fontevecchia, la violencia de los años setenta y las amenazas de bombas en las redacciones asustaron a los brasileños y ellos decidieron vender la empresa a la multinacional noruega Norske. Para el empresario, el poder del grupo Clarín en Argentina es tan grande, como Globo en Brasil, ese es el motivo principal, porque el gobierno intenta a todo costo dismantelar ese monopolio. En la entrevista, Fontevecchia no critica el gobierno y hasta confirma que la acción de los Kirchner de controlar el Papel Prensa en nombre de una polaridad de voces es una buena idea pero, en realidad el gobierno Kirchner es un maestro sofisticado en ese tipo de maniobra. “Lo que ellos quieren es agarrar una parte de ese poder y repartir con sus amigos.” (*FOLHA/UOL*, 22.12.2011).

De acuerdo con lecturas de periódicos, páginas web y revistas y acompañamiento de algunos debates políticos por la televisión y radios, lejos está de ser concluida la escena espectacularizada: Papel Prensa / Kirchner. La discusión ya tomó proporción internacional porque aun cuando se habla de frenar la libertad de prensa, los organismos internacionales como; SIP- Sociedad Interamericana de Prensa<sup>101</sup> buscan siempre mediar los conflictos.

---

<sup>101</sup> De acuerdo con relato de la SIP (2011) la libertad de prensa en Argentina está deteriorada. <http://www.sipiapa.org/v4/>. Acceso en: 10 de Agosto de 2012. Otras organizaciones que contemplan el

**Imágenes y títulos de cómo la prensa se comporta delante los temas Polémicos y como la política argentina se espectaculariza:**

**Figura1:** Noticia 20.10.2007 **Figura 2:** La Nación 1.9.2011 **Figura 3:** Clarín 1.9.2011



1. Estudio de la UBA detecta teléfonos de la revista Noticias y Editorial Perfil pinchados.
2. La ofensiva del gobierno preocupa a editores, periodistas y a la oposición.
3. El oficialismo responsabiliza a los medios de desestabilizar la democracia.

**Figura 4:** Veintitrés 29.9.2011

**Figura 5:** La Nación 23.9.2011



4. En Argentina se hace mala praxis periodística.
5. Juez pide lista de periodistas que escriben sobre inflación.

**Figura 6:** Época 1.3.2010 **Figura 7:** Veintitrés 29.9.2011 **Figura 8:** Noticias 22.10.2011

problema en Argentina por falta de libertad de prensa y expresión, son: AIR- Asociación mundial de periódicos y editores y FIPP - Comité Mundial de Libertad de Prensa.



6. La prensa en la línea de tiro de la política de confrontación de Cristina Kirchner.
7. Después de 20 años de postergaciones, funciona la central energética/ pasado-futuro.
8. La personificación de la Política/ El culto 'K' a la personalidad. Calles, Escuelas y homenaje en Barcelona.

**Figura 9:** Veintitrés 20.10.2011

**Figura 10:** Veintitrés 20.10.2011



9. La reconstrucción/El renacer de un país en 10 años.
10. Cambio de Época/ Una década de transformaciones.

### 3.5 Conclusión

En la conclusión de este capítulo se observa que la relación de poder entre la política y los medios de comunicación de masa, la televisión es algo necesariamente histórico en los dos países analizados. Por parte de Brasil, la promiscuidad, principalmente de la televisión se reporta desde su surgimiento en la década de los cincuenta, cuando los políticos bajo la bandera de la integración nacional y territorial buscaron usar el poder de este medio para alcanzar sus objetivos que eran: transportes, comunicaciones y colonizaciones. Con la redemocratización de Brasil, la relación (Política – Medios de

Comunicación) se queda más clara, principalmente en los pleitos electorales. Como ejemplos podemos ver la elección a gobierno de Río de Janeiro en 1982, donde Brizola trabó una verdadera batalla contra la Red Globo. El poder de la televisión también pudo ser visto en los pleitos electorales de 1994, 1998, 2002 y 2006.

En el apartado política mediatizada, el concepto, ‘Comunicación Política’ fue ampliamente debatido entre los teóricos (MAZZOLENI: 2010; GARCIA: 2009; ORTEGA: 2011 y RUIZ: 2010). El último teórico enfatizó la interdependencia entre instituciones, organizaciones e individuos y afirmó que cualquiera que quiera transitar por la esfera pública, está obligado a interactuar con el periodismo. Ejemplos de interacción y mediatización fueron vistos en el debate *Folha/UOL* en la PUC – São Paulo y en el debate político televisivo ocurrido en la Red Globo, donde temas como: corrupción, creencia y familia fueron vistos por más de 127 países, quedando entre los tópicos más comentados del Twitter mundial, y visto por más de 1,4 millones de personas. Aun así, no podemos hablar de una supremacía de los medios de comunicación frente la política.

En Argentina, la aproximación de la televisión con el poder político se da también en la década de los cincuenta, con el empecinamiento de Eva Perón. Otros actores importantes que intentan controlar los medios masivos de comunicación argentinos son los inversores privados internacionales. Con esto se observa que la lucha por el control del poder era tripartito, es decir, políticos, empresarios nacionales e internacionales. En 1974, Perón nacionaliza los servicios de los medios masivos de comunicación contra buena parte de los políticos. En las décadas de los ochenta y noventa ocurrió la desnacionalización llevando dos grandes grupos- Clarín y Telefe- a aumentar sus ganancias. La aproximación y la confrontación directa entre la política y los medios de comunicación son mayores en el periodo de los Kirchner. Se observa que en el periodo que corresponde a Néstor, es conturbado, pero menos agresivo que el de Cristina. Pero aun así, con todo embate político con los medios, Cristina logra ser reelegida presidente con 53% de los votos.

El último punto de este apartado trató sobre la espectacularización de la política, donde fue mostrado que el espectáculo político no es algo reciente. De acuerdo con Schwartzberg (1978) los tiranos ya utilizaban fiestas populares en beneficios de sus propagandas desde el siglo VI a.C. Los teóricos utilizados en este subcapítulo concuerdan que el espectáculo político contiene una porción de representación, de simulación y de teatralización. En relación a la Argentina, observamos que la espectacularización de la política no está apenas en los discursos o palabras proferidas por los candidatos, como: fuerza, ellos/nosotros o pasado/presente. Muchas veces son desarrollados temas que puedan tener potencial de visibilidad, como Islas Malvinas y Papel Prensa. Como afirmó Ventura (2012) toda la manifestación en torno de las Malvinas, no pasa de un teatro político-mediático, en busca de apoyo del público.

En los próximos capítulos tratamos específicamente la campaña electoral del 2010 en Brasil y sus respectivas agendas encuadradas tanto por los partidos políticos, como por el noticiero *Jornal Nacional* y los periódicos, *Folha de São Paulo* y *O Globo*.



#### **4. LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2010 EN BRASIL.**

El presente capítulo objetiva demostrar cuáles son los temas que formaron parte de las agendas políticas de los partidos PT y PSDB en la coyuntura política de 2010. Después de la presentación de estos temas se buscará ver de qué forma ellos son representados en la agenda mediática y cuál es la posición del noticiero, *Jornal Nacional* frente a estos temas, tanto en la primera, como en la segunda vuelta. En los resultados se buscará ver si el informativo fue parcial o imparcial. En el caso que haya sido parcial, cuál es el lado o posicionamiento asumido por el noticiero.

Para entender las elecciones 2010 se hace necesario contextualizar al lector dentro de un plan socioeconómico y político por donde pasó el país, punto que puede ser observado en el subcapítulo 4.1. En los puntos 4.2 y 4.3 será necesario un análisis de documentos que resuman las ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendidas por los candidatos. En estos tópicos también serán usadas entrevistas con asesores políticos, coordinadores de campañas, gestores de contenidos, profesionales de marketing, políticos y científicos sociales, como también opiniones expresadas públicamente por políticos y periodistas. Aun en estos dos subcapítulos serán analizados los temas más importantes de los respectivos partidos (PT y PSDB) en las dos ‘vueltas’ para saber cuáles son los temas que tuvieron más influencia en las campañas políticas presidenciales de 2010. Para llegar al resultado será necesario agrupar los temas en categorías y componentes, después en porcentaje. Por estar estos apartados divididos en 1° y 2° vuelta también podremos medir cuáles son los temas que fueron más influyentes en la primera o segunda, facilitando una lectura más completa del posicionamiento del informativo, *Jornal Nacional* en estos periodos, tema que será debatido en el punto 4.4, donde trabajaremos con la agenda periodística y 4.5 con la muestra en números y las categorías de evaluación.

Por último, también haremos una relectura de los dos periódicos más influyentes de Brasil, *Folha de São Paulo* y *O Globo* en el periodo conocido como pos-convención. También buscaremos saber el posicionamiento de los impresos en relación a las candidaturas de Dilma y Serra.

## 4.1. Contexto socioeconómico y político

La campaña presidencial de 2002 fue marcada por el discurso político del cambio y por una población descontenta frente a la situación de desempleo, inseguridad e inestabilidad económica. En el inicio de 2002 el frente gubernista ya estaba formado y lo que tenían que hacer era mantener unidos los partidos y las propuestas que reeligieron FHC-Fernando Henrique Cardoso. Por otro lado, los opositores intentaban elegir por la cuarta vez, a Luiz Inácio Lula da Silva. Con la elección de Lula en 2002 se formó en Brasil un pacto del tipo ‘socialdemócrata europeo’<sup>102</sup>. Un acto simbólico que representó ese pacto fue la carta abierta al pueblo brasileño enviada por el vicepresidente, José Alencar.

En Brasil, con los 10 años del PT – ‘Partido Trabalhista’ en el poder, (2002 – 2012) se pueden observar avances en diversos indicadores. Según un estudio del PNAD 2009 – *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios* hubo un aumento de empleados oficializados de 1% en 2009 referente a 2008. Observando apenas 1% de crecimiento, parece poco, pero tenemos que considerar que en ese periodo los Estados Unidos y Europa ya habían entrado en una crisis económica que perdura hasta hoy.

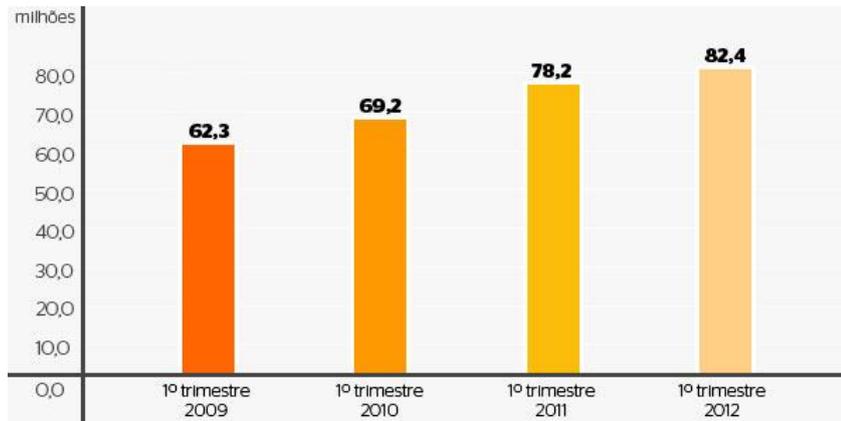
En el estudio del PNAD (2009) también podemos ver desarrollo en dos áreas muy importantes para la sociedad contemporánea. Primero, acceso a internet con un aumento considerable en relación al último estudio hecho en 2005 que sumaba 31,9 millones, ya en 2009 llegamos a 67,9. Este año (2012), de acuerdo con datos del IBOPE en el primer trimestre más de 82 millones de brasileños ya tienen acceso a internet<sup>103</sup>. También es posible observar progresos en el área educacional. El índice de analfabetismo cayó en 1,8% de 2004 hasta 2009, pero aun así, en 2009 Brasil cuenta con 9,7 personas con 15 años o más que no saben leer y ni escribir, este porcentaje todavía representa un gran volumen en números absolutos, sumando 14,1 millones de personas analfabetas en Brasil.

---

<sup>102</sup> Según Pinto (2010) el pacto tiene la lógica que todo partido de izquierda para llegar al poder a través de la vía electoral, tiene que dejar la representación de clase de trabajadores, flexibilizando sus objetivos.

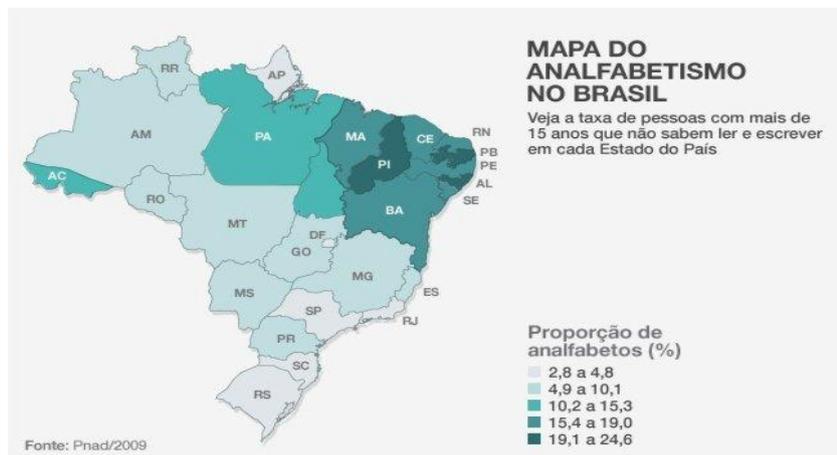
<sup>103</sup> Véase Gráfico 1.

**Gráfico 1: Acesso a Internet**



Numero de brasileños con acceso a internet – del primer trimestre de 2009 hasta el primer trimestre de 2012 (Fuente: IBOPE Nielsen Online).<sup>104</sup>

**Figura 11: Analfabetismo en Brasil**



Proporciones de personas analfabetas con 15 años o más de edad (%) 2009. (Fuente: PNAD, 2009: IBGE)<sup>105</sup>

Según datos del Ministerio de Hacienda (2012), el PIB – Producto Interno Bruto ha crecido de 500 billones hasta 1,7 trillones de dólares, las reservas cambiarias aumentaron de 35 a 270 billones de dólares, el sueldo mínimo salió de 80 para llegar a 307,312 dólares y con previsión de un aumento de 29% hasta 2015, o sea, podrá llegar hasta 397,199 dólares. El Ministerio de Hacienda también anuncia la novedad en su Página web, explicando que debe haber una regla fija para el sueldo mínimo en 2015, el

<sup>104</sup> <http://revistaepoca.globo.com/Brasil/noticia/2012/06/brasileiros-com-acesso-internet-ja-sao-mais-de-80-milhoes-diz-ibope.html>. Acceso en: 16/08/2012.

<sup>105</sup> <http://g1.globo.com/vestibular-e-educacao/noticia/2010/09/taxa-de-analfabetismo-cai-18-em-cinco-anos-no-brasil-mostra-pnad.html>. Acceso en: 16/08/2009.

cual debe ser reajustado por el INPC – Índice Nacional de Precio al Consumidor sumado a la variación del PIB y relacionando los dos últimos años. El índice de GINI, que compara la distribución de renta, de acuerdo con datos del ministerio mejoró de 0,58 a 0,51; o sea, más de 35 millones de personas migraron de la pobreza para la clase media; 10,9 millones de personas salieron físicamente de las “Favelas”. Con todo eso, se observa un aumento en el nivel de inversión económica. Brasil pasó a tener proyección internacional. (<http://www.fazenda.gov.br/>)<sup>107</sup>.

De acuerdo con el informe sobre la economía brasileña publicado por el Ministerio de Hacienda en abril (2010), el ministro, Guido Mantega afirmaba que Brasil sería uno de los países que más crecería después de la crisis. Su afirmación se basa en fuentes de la revista americana ‘*The Economist*’ (Marzo, 2010). Después del pacto social firmado en 2002, Brasil en la visión de Mantega necesitaba de una nueva política económica y social, priorizando el crecimiento, generando empleos, incluyendo socialmente las clases subalternas, dinamizando la inversión y fomentando el crecimiento a través del Estado.

Varios programas sociales y líneas de créditos fueron creados para minimizar la diferencia social existente entre las clases. Muchos de esos programas son financiados por el PAC – Programa de Aceleração do Crescimento<sup>108</sup> teniendo como objetivo acelerar el crecimiento económico en Brasil. Un ejemplo de ese programa es el “Minha Casa, Minha Vida.” En el gráfico abajo podemos identificar el número de inversiones aplicado por el gobierno en relación a años anteriores (2010).

---

<sup>106</sup> Bivar, Wasmália (Org.) Indicadores IBGE: contas nacionais trimestrais, indicadores de volume e valores correntes. Janeiro/Março 2012. Acceso en: 15 de agosto de 2012. [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=4](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=4).

<sup>107</sup> Bivar, Wasmália (Org.) Indicadores IBGE: contas nacionais trimestrais, indicadores de volume e valores correntes. Janeiro/Março 2012. Acceso en: 15 de agosto de 2012. [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=4](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=4).

<sup>108</sup> PAC – es un programa de gobierno federal brasileño lanzado en enero de 2007. Ese programa engloba un conjunto de políticas económicas, teniendo como prioridad inversiones en Infraestructura, áreas como: saneamiento, habitación, transportes, energía y recursos hídricos, entre otros.

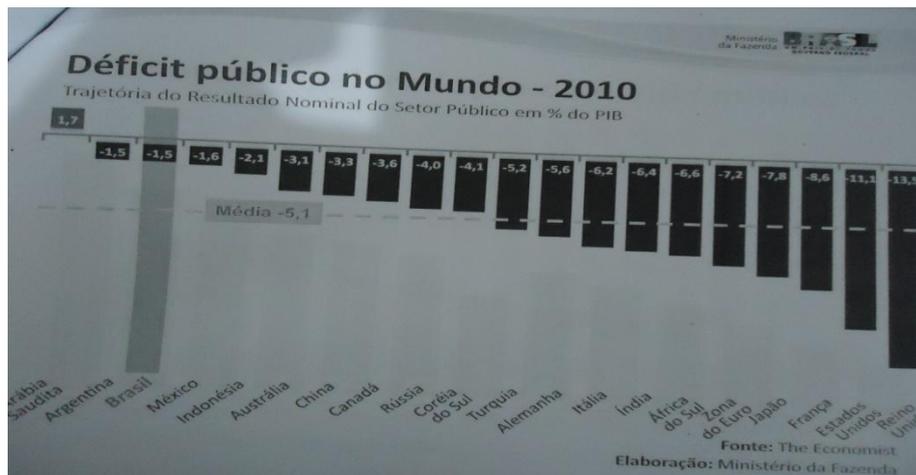
**Grafico 2: Programa ‘Mi Casa, Mi Vida’.**



Fuente: Ministerio de Hacienda 2010.

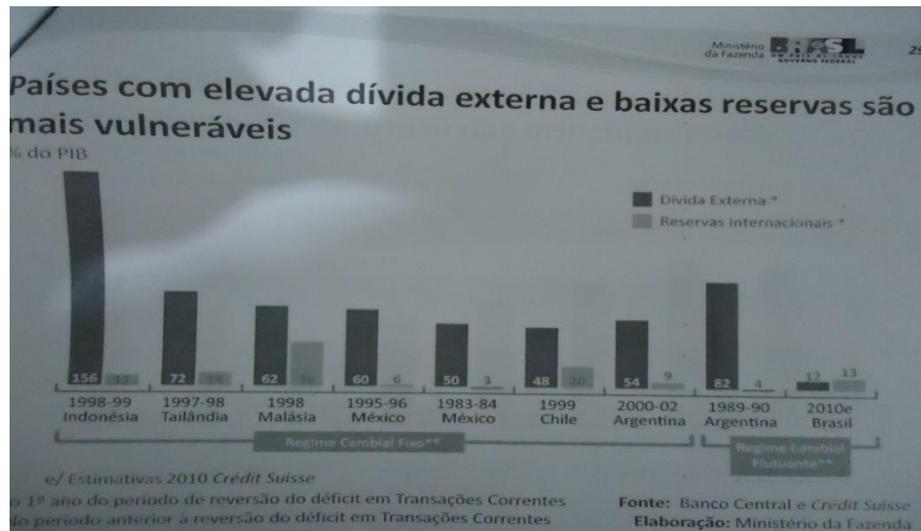
Otros puntos, donde podemos medir el crecimiento de Brasil en relación al mundo son a través del déficit público y una baja deuda externa.

**Grafico 3: Déficit Público en el Mundo 2010**



Fuente: The Economist 2010.

**Gráfico 4: Deuda Externa y Bajas Reservas**



Fuente: Banco Central y Crédit Suisse 2010.

A nivel internacional, Brasil llama la atención no solamente por haber sobrevivido a la crisis económica de 2008 y mantener la aceleración de desarrollo interno así como también por haber participado en algunas intervenciones internacionales, como en Haití (2008) y Líbano (2011). Uno de los motivos principales de la atención a ese rincón del Sur, también es, la posición firme que Lula consiguió “vender” al mundo como un líder político regional de una economía sólida y que siempre estuvo abierto a diálogos.

Para el profesor y científico social, Michel Zaidan Filho<sup>109</sup>:

Brasil pasó a tener un papel importante en el mundo a través de una política pragmática bien conducida. No es una política caudataria, ni de Estados Unidos, ni de Israel, con eso, la política brasileña camina a contramano de la política americana. Hoy Brasil es el líder de Sudamérica, delante de Venezuela, Paraguay [...]. Brasil hoy tiene una presencia fija en el mundo. Ha hecho una gran diferencia en el mundo principalmente con su presencia en los pactos de paz entre EEUU e Irán. Aun sabiendo que los Estados Unidos nunca aceptarían una presencia fija de Brasil en la relación entre Israel y Palestina, Brasil

<sup>109</sup> Michel Zaidan fue entrevistado por el autor de este trabajo en la Universidad Federal de Pernambuco en (14.10.2010).

continúa luchando por un Estado Palestino de derecho, ya que el gran guardián de Israel todavía son los Americanos. Toda la economía americana gira y está bajo el comando israelita. Claro, no somos tan tontos así, Brasil tiene sus intereses comerciales con Irán y lucha por una plaza en el Consejo de Seguridad de la ONU. Brasil no se deja regir por la política americana. Brasil es uno de los grandes actores mundiales hoy. (ZAIDAN, Entrevistado en: 14.10.2010).

Pero, las críticas nacionales e internacionales no paran de llegar. Una de las más picantes fue la del columnista del periódico, *The New York Times* y premio nobel de economía en 2008, Paul Krugman en entrevista a la revista *Economía & Negocio* (2011) el economista explicaba que es un exceso de optimismo ver a Brasil como una futura superpotencia económica y que todo eso no pasa de una especulación basada en sus conquistas. Otro punto criticado por Krugman y llamado de ‘concepto pobre’ es la teoría del Brics, donde se unen en apenas un bloque economías tan diversas como Brasil, China, India y Rusia.

**Figura 12: Economía Mundial en 2011: estimación de variación del PIB en %**



Fuente: The Economist / Ministerio de Hacienda. (2011) Estimación The Economist (ed. 23/04/2011).

En la figura número 12 podemos ver la estimación de crecimiento mundial, donde Brasil y Argentina alcanzan una media arriba de 4 por ciento, en cuanto Alemania se queda con 2,7 y Reino Unido con 1,6 por ciento.

**Figura 13: Brasil entre el G 20 con mayor solidez fiscal: resultado fiscal nominal en % PIB, estimaciones.**



Fuente: The Economist / Ministerio de Hacienda. (2011) / Estimación The Economist (ed. 23/04/2011).

En la figura 13 también podemos observar la estimación sobre la solidez fiscal, donde Brasil llega con -1,9, Argentina con -1,4, Alemania con -0,5 y Reino Unido con -9,0. Aun con variaciones positivas a nivel de crecimiento económico y en algunas áreas sociales, Brasil continúa con problemas endémicos, como los casos de la desigualdad social y la corrupción. Según estudios de las Naciones Unidas para Latinoamérica (2012), Brasil ocupa el 4° lugar en el ranking de desigualdad social<sup>110</sup> y de acuerdo con el ITI- Índice de Transparencia Internacional de 2011, Brasil ya alcanzaba el número 69° en el ranking de percepción de corrupción mundial entre los 178 países analizados. La nota de evaluación va de 0 a 10, países con nota a bajo de 5,0 es suspendido, en caso de Brasil su nota fue 3,7, Brasil se quedó entre Italia y Cuba.<sup>111</sup> Para el representante de

<sup>110</sup> Brasil quedó atrás de Colombia, Ecuador y Guatemala. <http://www.onu.org.br/onu-no-brasil/onu-habitat/>. Acceso en: 22 de agosto de 2012.

<sup>111</sup> Según la ONG el Brasil viene mejorando de posición. 2008, con nota 3,5, 80°; 2009, con nota 3,7, 75° y 2010, con nota 3,7, 69°.

la ONG alemana en Latinoamérica, ITI, Alejandro Salas, en entrevista al periódico, *Folha de São Paulo* (27.10.10) la política practicada en Brasil es todavía atrasada y controvertida.

De un lado hay una serie de prácticas muy modernas en cuestión económica. Pero existe otro mundo paralelo funcionando en Brasil. Un mundo de prácticas antiguas, con raíces fuertes. Por ejemplo, en los gobiernos provinciales continúa existiendo la compra de votos y el trueque de apoyo por empleo. (SALAS, *Folha de São Paulo*, 27.10.11).

La compra de votos mencionada por Salas en la cita de arriba no es apenas un problema de los gobiernos locales. Como ejemplo tenemos el mayor escándalo político de la historia de Brasil, el *Mensalão*<sup>112</sup>, donde están envueltos políticos nacionales y locales, empresas privadas y públicas y una suma de desvío de dinero público que sobrepasa los billones de dólares. Todo ese escándalo surgió en medio del mandato de Lula en el año de 2005 y tenía como objetivo general mantener al PT en el poder por muchos años. Según los medios de comunicación analizados, el MPF - Ministerio Público Federal en sus 18 años de existencia, nunca había producido un documento tan demoledor contra un partido político, como lo que fue presentado contra el “Partido dos Trabalhadores” en inicio de abril de 2006. En una entrevista al Noticiero, *Jornal Nacional*, en 14 de abril de 2006, el procurador – general de la República, Antonio Fernando de Souza, acusaba a la cúpula del PT de armar una ‘sofisticada organización criminal’, donde estaban envueltos más de 38 personas. Una de las piezas llaves de ese ‘rompe cabeza’ es el ex ministro de Gabinete, José Dirceu, citado en el documento del MPF, como el jefe de la cuadrilla.

Después de todo el escándalo político deflagrado a mediados de 2005 contra varios políticos, algunos de ellos consiguen ser elegidos en el pleito electoral de octubre de 2006. Entre ellos había siete diputados envueltos en el escándalo del *Mensalão* como es el caso del diputado nacional, Pedro Henry electo por la provincia de Mato Grosso y el diputado nacional, Antonio Palocci por la provincia de São Paulo. Para el ex presidente

---

<sup>112</sup> Ver nota de pie de página 59.

del Supremo Tribunal Federal, Nelson Jobim, el problema es que el sistema político brasileño permite que acusados de corrupción invadan el congreso. “En la última legislatura, la cámara de los diputados nacionales absolvió 11 diputados en vueltos en escándalos políticos. En mi concepción la legislación política debe ser más dura contra ese tipo de criminales.” (JOBIM, *Veja*, 11.10.2006).<sup>113</sup> Con todo ese desgaste político sufrido por el PT, Lula logra dejar el poder con 87% de aprobación popular y poner a Dilma Rousseff en una ventaja en relación a su concurrente del partido PSDB, José Serra en las elecciones de 2010.

El *Mensalão*, aun siendo el mayor escándalo político visto en Brasil durante el periodo democrático, no consiguió apartar a los electores de Dilma durante su campaña para la presidencia, pero sí, una mujer, llamada, *Erenice Guerra*<sup>114</sup>, puesta por Dilma en el Ministerio de Gabinete, en el momento en que ella seguía en campaña política por el país. De acuerdo con declaraciones de empresarios y políticos publicadas en la revista, *Veja* (15.9.2010) ellos cuentan que la secretaria ejecutiva facilitaba contratos y cobraba tasas por los servicios prestados para saldar compromisos políticos. Uno de los beneficiarios de esos servicios fue el empresario, Fabio Baracat, dueño de la Via Net Express, empresa de transporte de carga aérea y también socio de la MTA- Líneas Aéreas que tenía intención de ampliar la participación de sus empresas con la estatal, Correio. Baracat llegó a tener contacto con Erenice, a través del director de la estatal, Correio, el cual indicó Israel Guerra, hijo de la secretaria ejecutiva que se presentó como intermediario entre su madre y los interesados.

Fui informado que, para conseguir los negocios que a mí gustaría, era necesario hablar con Israel Guerra y su socio [Vinicius Castro], los cuales me informaron que la secretaria resolvía los problemas. Me impresionó la forma como ellos cobraban dinero todo el tiempo. Estaban apurados para que yo

---

<sup>113</sup> En el día 11 de mayo de 2010 el proyecto de ley ‘Ficha Limpia’ es aprobado por la cámara de los diputados nacionales. Ese proyecto de ley tiene la intención de impedir que personas envueltas en procesos políticos se candidateen a puestos electivos para el gobierno. Para la legislatura de 2010, el Supremo Tribunal Federal consideró nulo los votos en candidatos que formen parte de la lista de los fichas limpia. <http://www.stf.jus.br/portal/principal/principal.asp>. acceso en: 22 de agosto de 2012

<sup>114</sup> Erenice Guerra ocupó el cargo de ministra de Gabinete en Abril de 2010, periodo en que Dilma Rousseff salió del cargo para concurrir a la presidencia de la República.

cerrase un contrato. (BARACAT in *VEJA*, 15 de Septiembre de 2010, p. 80).

Según, la entrevista de Baracat a la revista *Veja*, el encuentro con Erenice tuvo corta duración y en la misma no se habló de dinero, pero dejó claro que su hijo y los socios hablaban sobre su aval.

**Figura 14: Elecciones 2010 - Caso Erenice Guerra**



*Folha de São Paulo* 07.10.2010

Según la investigación realizada por el órgano de encuesta, Datafolha, el 1 de octubre de 2010, 6% de los electores dejaron de votar en los dos candidatos debido el aumento de los escándalos políticos, 4% en Dilma (PT) y 2% en Serra (PSDB). De los 4%, 2% fue debido el Caso Erenice Guerra, 1% por la quiebra del sigilo fiscal por parte de los aliados del PT y 1% por orientación religiosa. El candidato del PSDB también perdió 1% con el escándalo ‘Erenice Guerra’ y 1% por motivo de quiebra de sigilo.

Fuera de los escándalos políticos típicos de Sudamérica, Para Pinto (2010) las condiciones económicas y sociales heredadas por Dilma Rousseff favorecían fuertemente su candidatura y ella iba siendo, cada vez más, conocida como candidata de Lula, la cual iba a dar continuidad en las políticas y los beneficios económicos generados por él. Ya el candidato de oposición, José Serra tenía su imagen vinculada al ex presidente FHC, también era visto por el electorado como un administrador más capacitado para gobernar el país. La campaña electoral de 2010 en Brasil tenía un aspecto particular, o sea, los dos grandes partidos políticos que se enfrentaban ya venían

de una coyuntura política de 8 años cada uno. (FHC/PSDB - 8 años *contra* Lula/PT - 8 años). Se puede afirmar, que en esa campaña, Brasil inició su vida en la era moderna, también fue donde los partidos y sus proyectos se sobreponían a los candidatos.

58% de los brasileños creían que los beneficios económicos y sociales fueron generados por el gobierno Lula, contra 17% que atribuían al gobierno FHC el mérito de la implantación de las medidas para el desarrollo. (PINTO, 2010:13).

Todavía en mayo de 2010, antes de la oficialización de la campaña, ya se observaba claramente una polarización regional, por ejemplo, Dilma Rousseff teniendo buen desempeño en el Norte y Nordeste y José Serra en el Sur. La provincia de Minas Gerais, localizada en el Sudeste tenía una posición decisiva en el pleito electoral, ya que una buena parte de Río de Janeiro y São Paulo (Sudeste) estaba muy bien dividida. De acuerdo con el texto presentado por Pinto (2010), en relación a los géneros, Serra presentaba una distribución uniforme, ya Dilma tenía más votos masculinos que femeninos, lo que representaba una fuerza mayor de los movimientos sociales y posibilidad de crecimiento. En relación a la educación y la juventud, Serra sería el presidente electo, Dilma tenía el apoyo de los más viejos y menos escolarizados.

## **4.2. Agenda Política del PT**

En la ausencia de estudios sistemáticos sobre la agenda política en campañas electorales en Brasil nos valdremos tanto de entrevistas hechas con asesores políticos, coordinadores de campañas, gestores de contenidos, profesionales de marketing, políticos y científicos sociales, como también opiniones expresadas públicamente por políticos y periodistas.<sup>115</sup> Las respuestas de esos profesionales son de suma importancia para las hipótesis que guían el trabajo aquí expuesto.

---

<sup>115</sup> Ejemplo de eso, es el programa Paineil de la *Globo News* conducido por el periodista, William Waak en el día 31.7.2010. El programa trataba sobre el tema: papel de las encuestas de opiniones y la agenda política en las campañas electorales. En ese día fue invitado para el debate: Márcia Cavallari – Directora ejecutiva del IBOPE, Fátima Pacheco Jordão – Analista de encuesta de opinión del Instituto Patricia Galvão y el Profesor y Científico Político del INSPE/ São Paulo - Carlos Melo. Los asuntos debatidos por esos profesionales fueron temas de artículos y columnas de opiniones en diversos periódicos en la región del sudeste, principalmente Río de Janeiro e São Paulo (*Folha de São Paulo, Estadão y el Globo*).

Como refiere Kuntz (2010):

El mercado electoral brasileño presenta características distintas de cualquier otro, está rodeado de altos riesgos, lleno de ‘caraduras’, personas laicas y ‘charlatanes’, mal carácter, proveedores oportunistas, todo eso regido por una legislación inadecuada y desbordada que acaba llevando a todos - candidatos, partidos políticos, proveedores - a actuar en la clandestinidad y en la ilegalidad, bajo los ojos complacientes de una justicia electoral no preparada. (KUNTZ, 2010:13)

Para este autor en ese mercado ‘todo vale’ desde la utilización ostensiva de máquinas administrativas controladas por el Estado con fines eminentemente electorales, hasta la extorsión a grandes y pequeños industriales y comerciantes, soborno, etcétera. Referente al análisis de la agenda política de la campaña electoral del PT - Partido del Trabajador tomamos como base documentos que resumen las ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendidas por los candidatos. Los documentos analizados que componen la agenda política de la campaña electoral del PT, fueron: la página web oficial del partido, el programa de gobierno y documentos impresos como: folder, folletos y cartillas. Para un mejor análisis, los documentos fueron divididos en fuentes primarias y secundarias, como muestra la tabla abajo. El objetivo de estos documentos es publicar las directrices generales, las propuestas sectoriales y las prioridades de las provincias.

**Tabla: 1 Presentación de los Documentos de la agenda política del PT**

1.Fuentes primarias	-Programas de Gobierno -Sitio Oficial del Partido
2.Fuentes secundarias	Documentos Impresos: Folletos, Folders y Cartillas

Tomamos como punto de partida para el análisis de la campaña política del PT, el primer ‘programa oficial de gobierno’ enviado al Ministerio Superior Electoral (5.7.2010) por ese partido. De acuerdo con los tres delegados y abogados firmantes del

documento<sup>116</sup>, ese programa tiene carácter provisorio, una vez que sea definitivo debe contener sugerencias de la coligación ‘Para que el Brasil siga cambiando’ (PT, PMDB, PSB, PCdoB, PDT, PR, PRB, PTN, PSC, PTC). Ese documento tiene 24 páginas, tratando de 17 asuntos divididos en subtemas. Para una mejor visualización y comparación con la agenda periodística del *Jornal Nacional* que será presentada en el punto 4.4 seguirá una tabla donde se exponen todos los temas y subtemas de ese programa.

### 1. Fuentes Primarias:

**Tabla 2: Presentación de las Directrices del Programa de Gobierno PT (5.7.2010) Para la Campaña Electoral de 2010 (1ª Vuelta).**

<b>Temas</b>	<b>Subtemas</b>
<b>1. La gran-transformación:</b> económica, social y política	Crecimiento en la economía; distribución de renta; equilibrio macroeconómico; fortalecimiento de la democracia; expansión del empleo formal; aumento de sueldos; ampliación de créditos; reformas agrarias; apoyo a agricultura familiar; aumento del comercio exterior y política externa; estabilidad frente a crisis económicas; solidaridad con países pobres; transición FHC-Lula-Dilma; políticas públicas.
<b>2</b> El crecimiento acelerado y el combate a las desigualdades raciales, sociales y regionales y producción de sustentabilidad ambiental serán la mola que va a estructurar el <b>desarrollo económico.</b>	Expansión y fortalecimiento del mercado de bienes de consumo; preservación de la estabilidad económica; elevación de inversiones; fortalecimiento de procesos de producción; crecimiento de rentas; distribución de la riqueza del país; expansión del crédito popular; apoyo técnicos sin tierras, estimular el cooperativismo, la economía solidaria y el fortalecimiento del agro-negocio; promoción de la igualdad racial; priorizar la reforma tributaria.
<b>3. Inversiones, créditos, ciencia e innovación tecnológica</b> y servicio de un nuevo desarrollo.	PAC 1 y PAC 2; aumento de líneas de créditos; apoyo a internacionalización de las empresas; apoyo a soberanía alimentaria; flexibilización de protección a propiedades intelectuales; desarrollos científicos en universidades e institutos científicos; Implantación de proyectos de desarrollo científico y técnicos con países desarrollados y con países latinoamericanos, africanos y de otras regiones; transferencias tecnológicas.
<b>4. Infraestructura</b> para dar impulso al desarrollo agrícola, industrial y comercial del país.	Polos de energía eólica y solar; construcción de hidroeléctricas; exploración del pre-sal; ampliación de la red ferroviaria; vial, aeroportuaria y de navegación; conclusión en obras de flujos de ríos; irrigaciones de

<sup>116</sup> Véase Anexo.

	tierras y agua potables; Copa del Mundo y Juegos Olímpicos; turismo nacional e internacional.
5. <b>Mejor condición de vida</b> en las ciudades brasileñas.	Seguridad; vivienda; amplitud de acción entre el gobierno federal; municipales y provinciales; sanidad y educación; transporte público de calidad; cultura e información; movilidad urbana; recogida de basura; drenaje urbana; intervenciones en favelas.
6. Desarrollo ambientalmente sustentable: <b>política Internacional.</b>	Sustentabilidad ambiental en las políticas del gobierno: opciones energéticas, industrias, agrícolas, transportes, habitación, educacionales e científico – tecnológicas; Brasil verde; sustentabilidad de Amazonia y Biomasa brasileñas; protección y uso sustentable de la biodiversidad; recursos hídricos nacionales; fortalecimiento de iniciativas internacionales para implementación de un nuevo acuerdo global.
7. <b>Educación</b> de calidad, ciencia y tecnología para construir una sociedad del conocimiento.	Fondo de desarrollo de educación básica y valoración de la maestría (FUDEB); 18% de financiamiento para la educación; ampliando la participación de la unión en el financiamiento de educación desde escuela básica hasta las universidades; aumento el número de escuelas técnicas y creación de otros institutos federales tecnológicos; formación continuada; ampliación de la banda ancha (internet) preparar la sociedad de la información.
8. <b>SUS - Sistema único de salud</b> debe garantizar el acceso universal y de calidad a los servicios de salud.	Promover el control de epidemia y endemias; calidad del agua y de los alimentos; producir medicamentos; programa Brasil Sonriente; asistencia farmacéutica; farmacia popular; salud de la familia; unidad de urgencias hospitalarias (UPAs); consolidar el SUS como sistema universal; democrático e integral; aumentar el recursos públicos para el sector de la salud; controlar la entrada de pacientes de planes privados para consulta en el SUS; ampliar inversiones e innovación para frenar epidemias y pandemias; combatir el consumo de droga en la juventud,
9. <b>Desarrollo Social</b>	Promoción de políticas públicas; normalización jurídica de políticas sociales; políticas públicas; reducción de la pobreza; programa bolsa familia; SUS y SISAN – Sistema Nacional de Seguridad Alimentar y Nutricional.
10. Acceso a la comunicación, socialización de bienes culturales, valoración de producción culturales y estímulo al debate de ideas. <b>Democratización</b>	Modernas tecnologías colgadas a la internet; TV pública; circulación de ideas; acceso libre a los bienes culturales; diversidad cultural; manifestaciones populares; ampliación de centros culturales; puntos de culturas; socialización cultural; implementación del plan nacional de cultura y sistema nacional de cultura; difusión de bienes culturales – vale cultura;

<b>de la Información.</b>	transformación de las escuelas básicas en centros de cultura (arte-educación); incentivos de debates en blogosfera; protección del patrimonio nacional material e inmaterial; política de promoción de igualdad racial; leyes de incentivo que garantice el control público sobre el uso de los incentivos fiscales.
11. <b>Derechos Humanos</b> y protección de hombres, mujeres y jóvenes.	Promover política de igualdad entre hombres y mujeres; ahondar la política de derechos humanos en las políticas sectoriales para promoción y garantía de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales; coordinar iniciativas para la protección integral de los derechos de los niños y adolescentes; ampliar políticas de derechos básico al trabajo, vivienda, alimentación, salud y educación; acceso a justicia y a la ciudadanía; reforma en el sistema de reclusión; ampliación de penas alternativas; presión contra la discriminación; protección a los brasileños en el exterior y a los extranjeros en Brasil; fortalecer la actuación de Brasil en defensa de los derechos humanos en la Naciones Unidas; OEA, UNASUL y Mercosur.
12. <b>Dimensión estratégica de juventud</b> para un nuevo desarrollo.	Disminuir los ingresos precoces en el mundo laboral; programas de transferencia de renta y cualificación profesional; promover una reforma política-pedagógica en la enseñanza media; fortalecer las políticas de permanencia en las instituciones de enseñanzas; promover acciones de cultura, salud, movilidad urbana, vivienda, sport y ocio de forma integrada y articulada en la política nacional de juventud; instituir un sistema nacional de juventud financiado de manera regular y permanente.
13. Fortalecer el Estado y <b>construir la igualdad</b> para profundar la autonomía económica, política y social de las mujeres. <b>Géneros.</b>	Construcción de políticas que cambien las desigualdades de género; deconstruir la cultura machista y patriarcal; garantizar la autonomía personal y el derecho al trabajo; independencia económica; combatir la violencia contra las mujeres; promover la salud de las mujeres, los derecho sexuales y reproductivos; garantizar y ampliar la participación de las mujeres en los espacios de poder y de decisión.
14. Democracia, fortalecimiento del Estado democrático de Derecho y del <b>Pacto Federativo.</b>	Democracia participativa; financiamiento público de campañas electorales; fortalecimiento de empresas estatales y acción gubernamentales en la economía; concursos públicos y planes de carrera; acción de la Controladora-General de la Unión y de la Policía Federal = combate a la corrupción; implantación de una estructura jurídica y administrativa para inversiones públicas.
15. <b>Política de</b>	Fortalecer la cooperación internacional en el

<b>Seguridad Pública</b>	enfrentamiento a tráfico de drogas y armas – UNASUL; control de frontera y cooperación bilateral contra los crímenes organizados transnacionales; mejorar cooperación de la Policía Federal y la Policía Provincial; fortalecimiento del PRONASCI y de las UPPs; Garantizar el compromiso de las fuerzas armadas con la democracia y con los derechos humanos; crear el fondo constitucional de seguridad pública; subsidiar los sueldos nacionales de las policías civiles y militares hasta 2016; extender el PRONASCI para las 27 provincias brasileñas.
16. <b>Defensa Nacional</b>	Continuar con el fortalecimiento institucional del Ministerio de Defensa; modernización de las fuerzas armadas; constituir una importante industria nacional de defensa conjuntamente con países de Sudamérica y de otras regiones; participar de iniciativas de consejo sudamericano de defensa y de misiones internacionales conjuntamente con el derecho internacional y las leyes brasileñas.
17. Presencia de Brasil en el Mundo: <b>Internacionalización</b>	Integración del Mercosur; consolidación de la UNASUL; respeto a los Derechos Humanos; solidaridad con países pobres y en desarrollo; relación con África; reforma de las Naciones Unidas; consejo de combate a las drogas; cooperación industrial; agrícola y comercial en la región; empeñarse a la conclusión de la rodada de Doha-favoreciendo a los países pobres; fortalecer el IBAS (India, Brasil y África del Sur) y BRICs (Brasil, Rusia, India y China); comunicación con países desarrollados – Estados Unidos, Japón y UE; incursionar el diálogo UE entre Mercosur; mediar conflicto que perturben la estabilidad mundial; oriente medio; presencia en el Haití; democratización de la ONU y su consejo de seguridad.

Para Alvares (2012), entre varios puntos señalados en un ‘supuesto programa de gobierno’ (5.2.2010) de Dilma Rousseff, la inclusión del control de los medios por parte de la presidencia del PT fue el más crítico.

No podríamos hablar de un programa oficial de gobierno en la época y sí de discusión para la definición de directrices del PT para un eventual gobierno de Dilma Rousseff. Eso en el día 19 de febrero (2010) en el congreso del PT. Me acuerdo que en ese congreso algunos puntos referentes a ‘Medios’ fueron aprobados, como: el combate al monopolio de la comunicación

y entretenimiento, la reactivación del consejo nacional de comunicación y el derecho de respuesta colectivo, el fin de la propiedad cruzada y prohibición de sublocación. Todos esos temas ya habían sido debatidos en la última Confecom. En relación al poder de los medios, ¡¡eso no te puedo responder!! ¡¡Pero algo te puedo asegurar!! Temas como: combate del monopolio de la comunicación y entretenimiento, la reducción de horas de trabajo de 44 a 40 semanales y control de acceso a tierra, o no están definitivamente en ninguno de los programas de gobierno presentado por el partido, o están implícitos o parcialmente alterados. (ALVARES, Periodista – *Estadão*, entrevista, 22.1.2012).

En la entrevista Alvares se refiere a las directrices del PT publicadas en el periódico, *Estadão* en el día 5.2.2010. Para la reportero del mismo periódico, Suely Caldas (2012) las 22 páginas del documento repetían el mismo estilo, presente en el programa del PT de 2002 y 2006. “Estaba más para una colección de deseos y promesas, que para un estilo innovador de campaña”. (CALDAS, Periodista – *Estadão*, entrevista, 22.1.2012). Para los periodistas entrevistados por el autor de este texto, ocurrieron dos errores graves. Primeramente Dilma no dejó claro cómo se harían los cambios propuestos por las directrices, además firmó el documento sin leer, causando disturbio entre los medios, la política y la sociedad.

➤ **El Sitio oficial del Partido PT – [www.pt.org.br](http://www.pt.org.br).**

Con la liberación por parte del Senado brasileño en el día 29 de septiembre de 2009 para la utilización de Internet como herramienta de campaña electoral se propagaron diversos Sitios, Blogs y Páginas Web. Todos con objetivos de divulgar la campaña y las acciones del gobierno del PT. Pero para una presentación más precisa se buscó trabajar apenas con el sitio oficial de ese partido. El análisis de esa página web seguía las mismas fechas de los telediarios, o sea, tres semanas, entre el día 13.9.2010 y 2.10.2010 (primera vuelta) Dentro de ese página se buscó observar los temas publicados por la:

TV- PT, Radio PT, Fotos, el apartado Novedad Noticias – Elecciones 2010 y Noticias impresas.

**Tabla 3: Sitio oficial del Partido PT (1ª Vuelta)**

<b>Formatos:</b>	<b>Temas:</b>
<b>TV-PT: Entrevistas, reportaje, en vivo, noticias, debates.</b>	Crecimiento económico; importancia de las elecciones; programas sociales; policía comunitaria; expansión laboral; desigualdad social; el papel de los medios; Pre-sal; infraestructura; tecnología-desarrollo y bienes culturales; soberanía nacional; más crédito para el campo; elecciones 2010; guía electoral; calumnia y difamación contra candidato del PT; reforma del Estado;
<b>Radio – PT: Entrevistas colectivas, reportaje, debate,</b>	Informatización de ejecución de pena; evaluación de proyecto por candidatos del PT; código forestal; control social de los medios; relación Brasil – México, USA y Paraguay; UNASUL; crecimiento económico; seguridad nacional; cuotas étnicas en las universidades públicas; Aborto; viaje de Dilma por el nordeste brasileño; el PAC;
<b>Fotos – PT: Galería, vídeo- foto, acervos fotográficos.</b>	Fotos históricas del PT; conferencia nacional de la juventud del PT; fotos de candidatos del PT; líderes del PT, relaciones internacionales del PT; fotos de campaña.
<b>Columna - Elecciones 2010: artículo</b>	Elecciones 2010: PT divulga manual de fiscalización para el día de la Elección; PT y el movimiento social; compañero luchar y resistir es necesario; CUT apoya Venezuela en el MERCOSUR; FMI apuesta en el crecimiento brasileño; ley electoral para 2010; Lula grava una nueva participación en el guía electoral de Dilma; Turbulencia mundial – Brasil y China; – oportunidad para la emancipación.
<b>Noticias Impresa: Artículos y opiniones.</b>	Punición a las empresas corruptoras; campañas victoriosas – 2006/2010; Petrobras y el nuevo Brasil; el desafío de abolir la miseria de la capital del país; mercado del trabajo formal abre más de 19 millones de plazas; Municipalidad y seguridad pública; nuevo marco en el sector eléctrico; elecciones 2010 – el parlamento y la ética en la política.

**Tabla 4: Análisis I de la Agenda Política del PT (1ª Vuelta)**

<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1. Economía</b>	Crecimiento en la economía; equilibrio macroeconómico; expansión del empleo formal; aumento de sueldos; ampliación de créditos; Estabilidad frente a las crisis económicas; expansión del mercado de bienes de consumo; preservación de la estabilidad económica; elevación de inversiones; fortalecimiento de procesos de producción; crecimiento de rentas; expansión del crédito popular; estimular el cooperativismo; la economía

	solidaria y el fortalecimiento del agro-negocio; mercado del trabajo formal abre más de 19 millones de plazas; nuevo marco en el sector eléctrico; fortalecimiento de empresas estatales y acción gubernamentales en la economía;
<b>2. Ciencia, Innovación y Tecnología</b>	PAC 1 y PAC 2; aumento de líneas de créditos; apoyo a internacionalización de las empresas; apoyo a la soberanía alimentaria; flexibilización de protección a propiedades intelectuales; desarrollos científicos en universidades e institutos científicos; Implantación de proyectos de desarrollo científico y técnicos con países desarrollados y con países latinoamericanos, africanos y de otras regiones; transferencias tecnológicas; opciones energéticas; industrias; Brasil verde; sustentabilidad de Amazonia y Biomasa brasileños; protección y uso sustentable de la biodiversidad; recursos hídricos nacionales; Pre-sal; infraestructura; tecnología-desarrollo y bienes culturales;
<b>3. Infraestructura</b>	Polos de energía eólica y solar; construcción de hidroeléctricas; exploración del pre-sal; ampliación de la red ferroviaria; vial, aeroportuaria y de navegación; conclusión en obras de flujos de ríos; irrigaciones de tierras y agua potables; Copa del Mundo y Juegos Olímpicos; turismo nacional e internacional; mejores transportes y viviendas;
<b>4. Condición de Vida</b>	Seguridad; vivienda; amplitud de acción entre el gobierno federal; municipales y provinciales; sanidad y educación; transporte público de calidad; cultura e información; movilidad urbana; recogida de basuras; drenaje urbano; intervenciones en favelas.
<b>5. Política Internacional y Relaciones Internacionales</b>	Aumento del comercio exterior y política externa; solidaridad con países pobres; fortalecimiento de iniciativas internacionales para implementación de un nuevo acuerdo global; Integración del Mercosur; consolidación de la UNASUL; respecto a los Derechos Humanos; solidaridad con países pobres y en desarrollo; relación con África; reforma de las naciones unidas; consejo de combate a las drogas; cooperación industrial; agrícola y comercial en la región; empeñarse a la conclusión de la rodada de Doha-favoreciendo a los países pobres; fortalecer el IBAS (India, Brasil y África del Sur) y BRICs (Brasil, Rusia, India y China); comunicación con países desarrollados – Estados Unidos, Japón y UE; incursionar el diálogo UE y Mercosur; mediar conflicto que perturben la estabilidad mundial; oriente medio; presencia en el Haití; democratización de la ONU y su consejo de seguridad; relaciones internacionales del PT; relación Brasil – México, EEUU y Paraguay; UNASUL; CUT apoya Venezuela en el MERCOSUR; FMI apuesta por el crecimiento brasileño; Turbulencia mundial – Brasil y China – oportunidad para la emancipación.
<b>6. Educación</b>	Fondo de desarrollo de educación básica y valoración de la maestría (FUDEB); 18% de financiamiento para la educación; ampliando la participación de la unión en el financiamiento de

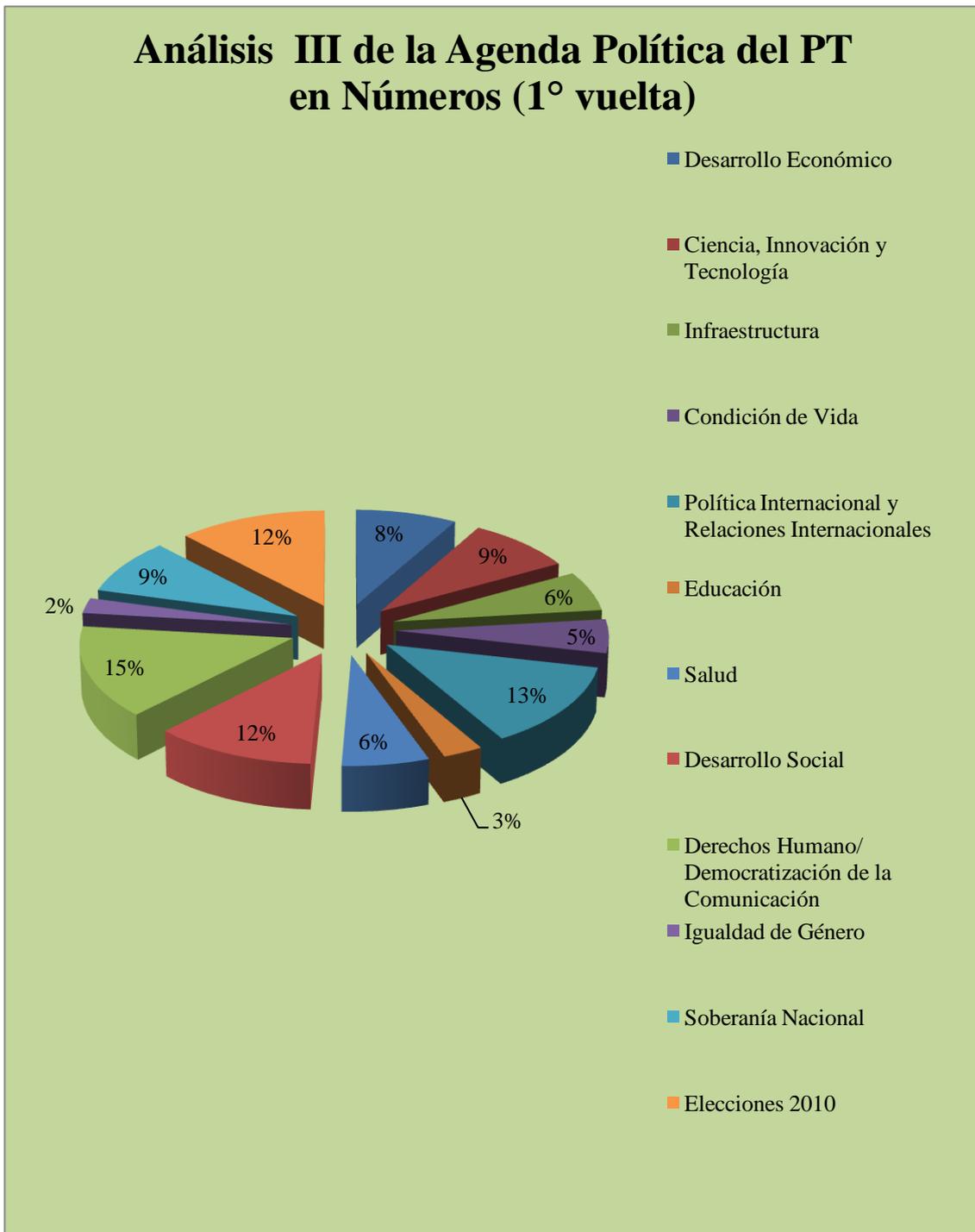
	educación desde escuela básica hasta las universidades; aumento el número de escuelas técnicas y creación de otros institutos federales tecnológicos; formación continuada; ampliación de la banda ancha (internet) preparar la sociedad de la información.
<b>7. Salud</b>	Promover el control de epidemia y endemias; calidad del agua y de los alimentos; producir medicamentos; programa Brasil Sonriente; asistencia farmacéutica; farmacia popular; salud de la familia; unidad de urgencias hospitalarias (UPAs); consolidar el SUS como sistema universal; democrático e integral; aumentar el recursos públicos para el sector de la salud; controlar la entrada de pacientes de planes privados para consulta en el SUS; ampliar inversiones e innovación para frenar epidemias y pandemias; combatir el consumo de droga en la juventud;
<b>8. Desarrollo Social</b>	Distribución de renta; reformas agrarias; apoyo a la agricultura familiar; distribución de la riqueza del país; apoyo técnicos sin tierras; promoción de la igualdad racial; priorizar la reforma tributaria; agrícolas; Promoción de políticas públicas; normalización jurídica de políticas sociales; políticas públicas; reducción de la pobreza; programa bolsa familia; SUS y SISAN – Sistema nacional de seguridad alimentaria y nutricional; programas sociales; expansión laboral; desigualdad social; más crédito para el campo; cuotas étnicas en las universidades públicas; Aborto; Punición a las empresas corruptoras; Petrobras y el nuevo Brasil; el desafío de abolir la miseria de la capital del país; concursos públicos y planes de carrera;
<b>9. Derechos Humanos y Democratización de la comunicación</b>	Modernas tecnologías colgadas a la internet; TV pública; circulación de ideas; acceso libre a los bienes culturales; diversidad culturales; manifestaciones populares; ampliación de centro culturales; puntos de culturas; socialización cultural; implementación del plan nacional de cultura y sistema nacional de cultura; difusión de bienes culturales – vale cultura; transformación de las escuelas básicas en centros de cultura (arte-educación); incentivos de debates en blogosfera; protección del patrimonio nacional material e inmaterial; política de promoción de igualdad racial; leyes de incentivo que garantice el control público sobre el uso de los incentivos fiscales; promover política de igualdad entre hombres y mujeres; ahondar la política de derechos humanos en las políticas sectoriales para promoción y garantía de los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales; coordinar iniciativas para la protección integral de los derechos de los niños y adolescentes; ampliar políticas de derechos básico al trabajo, vivienda, alimentación, salud y educación; acceso a la justicia y a la ciudadanía; reforma en el sistema de reclusión; ampliación de penas alternativas; presión contra la discriminación; protección a los brasileños en el exterior y a los extranjeros en Brasil; fortalecer la actuación de Brasil en defensa de los derechos humanos en la Naciones Unidas; OEA, UNASUL y Mercosur; el papel de los medios;

	control social de los medios;
<b>10. Igualdad de Género</b>	Construcción de políticas que cambien las desigualdades de género; deconstruir la cultura machista y patriarcal; garantizar la autonomía personal y el derecho al trabajo; independencia económica; combatir la violencia contra las mujeres; promover la salud de las mujeres, el derecho sexuales y reproductivos; garantizar y ampliar la participación de las mujeres en los espacios de poder y de decisión.
<b>11. Soberanía Nacional</b>	Democracia participativa; acción de la Controladora-General de la Unión y de la Policía Federal = combate a la corrupción; implantación de una estructura jurídica y administrativa para inversiones públicas; Fortalecer la cooperación internacional en el enfrentamiento a tráfico de drogas y armas –UNASUL; control de frontera y cooperación bilateral contra los crímenes organizados transnacionales; mejorar cooperación de la Policía Federal y la Policía Provincial; fortalecimiento del PRONASCI y de las UPPs; Garantizar el compromiso de las fuerzas armadas con la democracia y con los derechos humanos; crear el fondo constitucional de seguridad pública; subsidiar los sueldos nacional de las policías civiles y militares hasta 2016; extender el PRONASCI para las 27 provincias brasileñas; policía comunitaria; soberanía nacional; Informatización de ejecución de pena; seguridad nacional; Municipalidad y seguridad pública;
<b>12. Elecciones 2010</b>	Financiamiento público de campañas electorales; Transacción FHC-Lula-Dilma; políticas públicas; sustentabilidad ambiental en las políticas del gobierno; fotos históricas del PT; conferencia nacional de la juventud del PT; fotos de candidatos del PT; líderes del PT; fotos de campaña; importancia de las elecciones; elecciones 2010; guía electoral; calumnia y difamación contra candidato del PT; reforma del Estado; evaluación de proyecto por candidatos del PT; código forestal; viaje de Dilma por el nordeste brasileño; el PAC; PT divulga manual de fiscalización para el día de la Elección; PT y el movimiento social; compañero luchar y resistir es necesario; Lula grava una nueva participación en el guía electoral de Dilma; ley electoral para 2010; campañas victoriosas – 2006/2010; elecciones 2010 – el parlamento y la ética en la política.

**Tabla 5: Análisis II de la Agenda Política del PT en Números (1ª vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Desarrollo Económico	<b>17</b>
<b>2</b>	Ciencia, Innovación y Tecnología	<b>18</b>
<b>3</b>	Infraestructura	<b>13</b>
<b>4</b>	Condición de Vida	<b>11</b>
<b>5</b>	Política Internacional y Relaciones Internacionales	<b>27</b>
<b>6</b>	Educación	<b>6</b>
<b>7</b>	Salud	<b>13</b>
<b>8</b>	Desarrollo Social	<b>24</b>
<b>9</b>	Derechos Humano/ Democratización de la Comunicación	<b>30</b>
<b>10</b>	Igualdad de Género	<b>5</b>
<b>11</b>	Soberanía Nacional	<b>18</b>
<b>12</b>	Elecciones 2010	<b>25</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>207</b>

**Gráfico 5: Análisis III de la Agenda Política del PT en Porcentaje (1ª Vuelta)**



Observando las tablas, de 2 a 5 y el gráfico 5 de la primera vuelta llegamos a la conclusión que la campaña del PT en este primero momento se basó en temas como: derechos humanos/democratización de la comunicación, política internacional/relaciones internacionales, desarrollo social y elecciones 2010. Estas

cuatro categorías en conjuntos sumaron 86 componentes, es decir, 52% del total de temas discutidos. Acceso a la justicia y a la ciudadanía, distribución de renta, financiamiento público de campaña, integración del Mercosur y reforma de las Naciones Unidas formaron parte de este primer bloque.

El segundo bloque de análisis fue clasificado por ciencia, innovación y tecnología, soberanía nacional, desarrollo económico, infraestructura, salud y condición de vida. Estas seis categorías sumaron en total, 90 componentes y 43% de la agenda política del PT. En el último apartado se observaron las categorías, igualdad de géneros y educación sumando un total de 11 componentes y asumiendo 5% en la agenda.

### **2ª Vuelta (11.10.2010 y 30.10.2010)**

El segundo ‘programa oficial de gobierno’ fue enviado por el PT al Ministerio Superior Electoral en el día 25 de octubre de 2010, o sea, una semana antes de las elecciones.<sup>117</sup>

El programa gubernamental tiene 20 páginas y fue producido en formato de una cartilla llamado “los 13 compromisos programáticos de Dilma Rousseff para debatir en la sociedad brasileña”. El documento comparte intereses comunes entre los diez partidos que forman la coligación, ‘Para que Brasil siga cambiando’.

Ese segundo programa es más condensado, si observamos el texto (*In Anexo*), tras las propuestas genéricas, críticas al discurso de José Serra (PDSB), además, promesas indirectas defendiéndose de la polémica del aborto y también de otros puntos sensibles, como: control social de los medios, los cuales llevaron las elecciones a una segunda vuelta. En los 13 puntos publicados en la última semana de campaña, se observa un eventual gobierno de Dilma expandiéndose y fortaleciendo la democracia política, económica y social, garantizando una irrestricta libertad religiosa, de prensa y de expresión, todo eso por la profundización de los derechos humanos.

---

<sup>117</sup> Véase Anexo.

**Tabla 6: Presentación de la Directrices del Programa de Gobierno PT (25.10.2010)  
Para la Campaña Electoral de 2010 (2ª Vuelta).**

<b>Temas</b>	<b>Subtemas</b>
<b>1. Expandir y fortalecer la democracia,</b> política, económica y socialmente	Reforma del Estado; respecto a los derechos humanos; reforma política – Congreso Nacional; garantizar el combate a la corrupción.
<b>2. Crecer con expansión de empleo y renta</b>	Ampliación de inversiones; Equilibrio macroeconómico, sin vulnerabilidad externa y desigualdad regional, política macroeconómica; control de la inflación; adopción de políticas regionales.
<b>3. Proyecto nacional de desarrollo sustentable de producción</b>	Políticas industriales, agrícolas, energéticas y de infraestructura; Acciones de Bancos: BNDES, BB, Caixa Económica Federal, BNB y Basa; Ampliación al apoyo científico y tecnológico; flujo y almacenamiento de producción; relación con países pobres; PAC2- Programa de Aceleración del Crecimiento; transportes, saneamiento básico.
<b>4. Defensa del medio ambiente y garantizar el desarrollo sustentable</b>	Política ambiental.
<b>5. Reducir la pobreza Absoluta.</b>	Crecimiento económico; políticas públicas; programas sociales.
<b>6. Atender las necesidades de los trabajadores.</b>	Trabajo formal para hombres, mujeres y jóvenes; programas de inserción en el campo laboral; condiciones de trabajo; condiciones de vida de los trabajadores.
<b>7. Garantizar la educación para la igualdad social, ciudadanía y el desarrollo.</b>	Enseñanza pública de calidad; expansión de posgraduación; implantación de IEFT; Sueldos dignos para profesores; políticas educacionales, involucramiento del poder público y civil, erradicar el analfabetismo.
<b>8. Transformar Brasil en una potencia científica y Tecnología</b>	Ampliar la investigación científica y tecnológica; becas de estudios; aumentar el número de ingenieros y patentes; inclusión digital; sociedad del conocimiento.
<b>9. Universalizar la salud y garantizar la calidad del atendimento en el SUS.</b>	Extensión de programas sociales de salud; oferta gratuita de medicamentos; prevención de accidentes; tecnología farmacéutica; saneamiento básico.
<b>10. Proporcionar hogar, saneamiento, transporte y seguridad a los brasileños en la ciudad.</b>	Programas habitacionales; democratización de la tierra; legalización de propiedades; programa nacional de defensa urbana; transportes públicos; participación de la población en la gestión del PT.
<b>11. Valorar la cultura nacional, dialogar con otras culturas, democratizar los bienes culturales y favorecer la</b>	Democratización de los bienes culturales; valoración de la diversidad cultural e identidad nacional; debate plural de ideas; comunicación libre y plural; TV abierta y nuevas tecnologías; acceso a la comunicación e información; Sistema nacional de cultura; memoria,

<b>democratización de la comunicación.</b>	patrimonio histórico y cultural; industria audiovisual nacional y regional; relaciones internacionales sur-sur; financiamiento de cultura.
<b>12. Garantizar la seguridad en las Ciudades y combatir el crimen organizado.</b>	Seguridad pública; crimen organizado y comunes; relación de seguridad entre provincias y comunas; ampliación de territorios de paz y UPPs; profesionalización de policías y tecnologías; trabajo conjuntos entre varias policías;
<b>13. Defender la soberanía nacional y presencia del Brasil en el mundo.</b>	Política externa; integración sudamericana; sur-sur; Brics; Ibas; solidaridad con países pobres; derechos humanos, lucha por la paz; democratización de la ONU y FMI, Banco Mundial; G20; Reorganización de las fuerzas armadas; implantación del ministerio de defensa.

En una entrevista al periódico, *Folha de São Paulo*, Dilma Rousseff defiende la generalidad de las propuestas, afirmando que se trata de directrices.

Yo llamo a esos 13 compromisos de la construcción de nuestra gobernabilidad, son generales, no son metas, reflejan un esfuerzo de nuestra coligación, de los 10 partidos políticos de dejar claro las directrices. (ROUSSEFF in *Folha de Sao Paulo*, Poder, p. 03, 26.10.2010).

Esos puntos fueron elaborados después de retirar temas polémicos de la campaña como: control de los medios de comunicación, veto de una ley sobre propiedad invadida por los “Sin Tierra”, indisponible para la reforma agraria, entre tantos otros. Para la Asistente de Gestión de Contenidos de la campaña de Dilma Rousseff, Silvia Amorim (2011) cuando se preguntó cuál es el motivo del cambio (reajustes) de las directrices presentadas en los tres<sup>118</sup> programas de gobierno del PT en la campaña, ella fue enfática.

<sup>118</sup> Me refiero a los tres programas de gobierno: el primero (5.2.2010) que no fue enviado al Ministerio Superior Electoral por eso no es puesto como oficial y si como ‘supuesto’, apenas publicado en algunos medios, el segundo (5.7.2010) y el último (25.10.2010). Los dos últimos llamados ‘oficiales’. Algunos temas propuestos por el ‘supuesto plan de gobierno’ de Dilma Rousseff que son copias fieles del programa del PT (2002-2006) con algunas Reformas, como la tributaria; Inversiones, donde el texto trata de una forma superficial; Energía, el programa se limita apenas a divulgar algunas construcciones hidroeléctricas; Deudas, el programa trata apenas del pagamiento y no como debe ser pagado. Corrupción, durante ocho años de escándalos entre el Mensalão, Aloprados, plata en los calzoncillos, ninguna medida de control fue accionada en el ‘supuesto plan de gobierno’ para el combate a la corrupción; Educación y Salud, esos últimos temas son listados y analizados de forma genérica como a todos los partidos políticos.

En el primer programa oficial del gobierno dejamos muy claro que todo lo que estaba escrito tenía un carácter provisorio, porque faltaba el ajuste partidario. El primero “no oficial”, o sea, el fabricado en el Congreso del Partido de los Trabajadores, en realidad era sólo resultado de una conversación, donde varios temas fueron pasados en la íntegra, otros con excepción y otros fueron totalmente excluidos. Temas como seguridad pública, la extensión del Programa Nacional a las 27 Provincias de la Federación Nacional y la creación de un fondo para instituir un sueldo hasta 2016 fueron incluidos en el programa oficial. Texto no alterado fue el que trata del fortalecimiento de la nacionalización en la exploración del pre-sal y Temas como: control de la Medios y reducción de la jornada de trabajo, esos sí fueron retirados. (AMORIM, Asistente de Gestión de Contenidos, Entrevista, São Paulo, 12.1.2012).

➤ **El Sitio oficial del Partido PT – [www.pt.org.br](http://www.pt.org.br).**

El análisis de esa página web seguía las mismas fechas de los telediarios, o sea, tres semanas, entre el día 11.10.2010 y 30.10.2010 (segunda vuelta). Dentro de esa página se buscó observar los temas publicados por la: TV- PT, Radio PT, Fotos, el apartado Novedad Noticias – Elecciones 2010 y Noticias impresas.

**Tabla 7: Sitio oficial del Partido PT (2ª Vuelta)**

<b>Formatos:</b>	<b>Temas:</b>
<b>TV-PT: Entrevistas, reportaje, en vivo, noticias, debates.</b>	La mujer en la política; crecimiento económico; intervención internacional en la crisis mundial; importancia de las elecciones; programas sociales; policía comunitario; expansión laboral; desigualdad social, medio ambiente; el papel de los medios; Pre-sal; infraestructura; tecnología-desarrollo y bienes culturales; crimen organizado; soberanía nacional; reducción de la pobreza; palabra en la ONU; más crédito para el campo; elecciones 2010; reducción de desigualdad de géneros; guía electoral; calumnia y difamación contra candidato del PT; reforma del Estado; derechos humanos
<b>Radio – PT: Entrevistas</b>	Informatización de ejecución de pena; evaluación de proyecto por candidatos del PT; código forestal; control social de los medios;

<b>colectiva, reportaje, debate,</b>	política interna; relación Brasil–México, USA y Paraguay; UNASUL; crecimiento económico; seguridad nacional; unificación del SUS; reforma política; cuotas étnicas en las universidades públicas; Aborto; viaje de Dilma por el nordeste brasileño; el PAC; políticas educacionales.
<b>Fotos – PT: Galería, video-foto, acervos fotográficos.</b>	Fotos históricas del PT; conferencia nacional de la juventud del PT; fotos de candidatos del PT; líderes del PT, relaciones internacionales del PT; fotos de campaña.
<b>Columna - Elecciones 2010: artículo</b>	Elecciones 2010: PT divulga manual de fiscalización para el día de la Elección; PT y el movimiento social; la construcción de un país justo, desarrollado e igualitario; compañero luchar y resistir es necesario; CUT apoya a Venezuela en el MERCOSUR; FMI apuesta en el crecimiento brasileño; ley electoral para 2010; Lula grava una nueva participación en el guía electoral de Dilma; Turbulencia mundial – Brasil y China; Invertir es necesario; inclusión productiva – oportunidad para la emancipación
<b>Noticias Impresas: Artículos y opiniones.</b>	Punición a las empresas corruptoras; campañas victoriosas – 2006/2010; Petrobras y el nuevo Brasil; el desafío de abolir la miseria de la capital del país; mercado del trabajo formal abre más de 19 millones de plazas; Municipalidad y seguridad pública; el nordeste como solución para el desarrollo del país; nuevo marco en el sector eléctrico; energía barata para el Brasil del futuro; a los indígenas, lo que es de los indígenas; las elecciones 2010 – el parlamento y la ética en la política.

Para Amorim (2012) los temas propuestos en las campañas físicas, o sea, televisivas, impresas y radiofónicas tienen los mismos contenidos que en la web, la diferencia es que, en internet las campañas tenían el propósito de captar votos de un público más joven, para eso los textos tienen que ser más cortos y más atractivos.

Los contenidos son trabajados de forma que puedan no solamente atraer a los jóvenes, sino también a los medios convencionales, intentando generar pautas para los mismos. O sea, los trabajamos como una forma de gancho para la prensa. Para eso, no trabajamos sólo con periodistas y sí con conocedores de áreas afines como: productores culturales, diseñadores, relaciones públicas, asesores políticos, profesionales de marketing, etcétera y principalmente con empresas de encuesta, la cual también a su vez ya trabajan con profesionales de estadísticas. La información es trabajada de una forma que pueda ser transversal, o sea, atender a varios

públicos, pero apenas más enfocada a los más jóvenes. Pero en general, los temas abordados en la primera semana de campaña de Dilma en la Radio, Impreso, TV, Redes Sociales nos dejaron muy contentos, aún cuando no pudimos *entrar de salto alto*<sup>119</sup>. Lo que yo explicaba a los colaboradores era que debíamos, primeramente incentivar a la militancia a ir a buscar apoyo de la base aliada en las otras provincias y buscar temas en los cuatro rincones de Brasil que podrían ser noticiables. O sea, nosotros teníamos que estar sintonizados no solamente con las directrices propuestas por el PT y coligación, sino también, con lo que interesa al pueblo y los medios. (AMORIM, Asistente de Contenido, Entrevista, São Paulo, 12.1.2012).

## 2. Fuentes Secundarias:

- **Presentación de Documentos impresos: Folleto, Folder y Cartillas (2ª Vuelta).**

**Imagen 17: Folleto – 13.** **Imagen 18: Folder - Para** **Imagen 19: Cartilla – 13**  
 Dilma. Para que nosotros que el Brasil siga Razones para votar a  
 sigamos cambiando el cambiando. Dilma.  
 Brasil.



La fuente secundaria de análisis es formada por folleto, folder y cartilla. El *folleto* tiene apenas cuatro páginas y trata de tres puntos importante, intentando convencer a la

<sup>119</sup> ‘Entrar de salto alto’ en ese caso puede significar que el grupo del PT y coligación ya imaginaba haber ganado las elecciones.

juventud de que el partido de los trabajadores es la mejor opción para el futuro. Entre los temas abordados están: Educación, trabajo y deporte, como muestra la tabla abajo.

**Tabla 8: Folleto**

<b>Tema:</b>	<b>Subtemas:</b>
<b>Educación</b>	Construcción de Escuelas técnicas; expansión de las universidades públicas y aumento del programa ProUni.
<b>Trabajo</b>	Empleo y trabajo digno para la juventud; Projovem – conclusión de la escuela y una profesión.
<b>Deporte</b>	10 mil gimnasios deportivos serán construidos; jóvenes participarán activamente del mundial de 2014; olimpiadas de 2016; bolsa atleta

Ya el *Folder* presenta la unión de Dilma y Lula como forma de compromiso del PT con los electores. En la foto, juntamente con el mensaje se destaca cierto elemento que irá repitiéndose permanentemente durante toda la campaña: el cambio.

La *cartilla* es una forma reducida del último plan de gobierno presentado en el día 25.10.2010. Ese documento tiene cuatro páginas y presenta 13 razones para que el elector vote a Dilma, como muestra la tabla abajo.

**Tabla 9: Cartilla**

<b>Temas:</b>	<b>Subtemas:</b>
<b>1. El fin de la miseria</b>	31 millones en la clase media; 24 millones salieron de la pobreza; terminar con la miseria.
<b>2. Empleo</b>	PAC y Mi casa, Mi vida – programas que garante el mercado de trabajo en evolución.
<b>3. Ajuste de sueldo</b>	Perfeccionar la política de aumento de sueldo.
<b>4. Bolsa familia</b>	Dilma garantiza el fortalecimiento de la bolsa familia y de otros programas sociales.
<b>5. Educación</b>	ProUni, mas universidades, más escuelas técnicas. Todo municipio brasileño con más de 40 mil habitantes recibirá una escuela técnica.
<b>6. Salud</b>	Crear 500 unidades de urgencias hospitalarias (UPAs 24 horas) y 8.600 nuevas unidades básicas de salud – UBS.
<b>7. Seguridad</b>	Policía comunitaria e inclusión de jóvenes
<b>8. Combate a las drogas</b>	Programas sociales de combate a la droga
<b>9. Escuela para los niños menores de 6 años</b>	Garantizar las familias con construcción de pre-escuelas para niños menores de 6 años.

<b>10. Habitaciones populares</b>	Ampliación del programa ‘Mi casa, mi vida’.
<b>11. Apoyo al campo</b>	Ampliar el crédito de apoyo a agricultores; ampliar el proyecto ‘Luz para todos’ beneficiando el agro-negocio y la agricultura familiar.
<b>12. Mas crédito</b>	Ampliación de línea de créditos para la población brasileña.
<b>13. Más respeto al Brasil</b>	Pagamiento de la deuda externa y reconocimiento internacional.

De acuerdo con Paulo Neto Cunha, periodista del equipo de coordinación de la campaña de Dilma Rousseff, los temas que son propuestos en las convenciones partidarias y puestos en la pauta de campaña, no son necesariamente los mismos que aparecen en los medios. Para ese profesional, ‘el tiempo’ y ‘el tema’ son dos características que en algún momento de la campaña deben caminar separadamente de los medios de comunicación convencional. Cunha enfatiza que todo eso depende del modelo de campaña que se trabaja.

Hay varios tipos de campañas electorales, desde las relámpagos, hasta las ‘paso a paso’, pero lo que tenemos que saber antes de iniciar una campaña es el tema de ella. En la campaña de Dilma se podría observar, tanto temas ideológicos y claves, como transversales y posicionales. En relación al tiempo, hay mensajes que pueden durar una semana, un par de días o apenas ser vehiculado una sola vez. (CUNHA, periodista del equipo de coordinación de la campaña de Dilma Rousseff, São Paulo, 21.1.2012).

Como también vale resaltar que los medios de comunicación trabajan con el *deadline*<sup>120</sup>, incursionando constantemente la construcción/producción de nuevas materias periodísticas. Crespo, Garrido, Carleta y Riorda (2011) explican claramente la relación de algunas piezas publicitarias con la cuestión del tiempo. Para ellos, es difícil afirmar a priori que una semana es la vida útil de un *Spot*, pero sí está claro que es un tiempo mínimo de permanencia. Otros puntos también tratados por los autores, es en relación a los tipos de campañas y que también ya fue utilizado por Brasil y Argentina, o sea, la campaña *Stop and go* (pare y siga). “Este tipo de campaña asemeja al político con un

<sup>120</sup> Tiempo determinado para el cierre de una edición periodística.

surfista montado sobre la ola aprovechando la energía del agua para ser propulsado. (CRESPO *at al*, 2011: 32). Otros autores afirman que se suele acudir a este estilo cuando no se cuenta con suficientes fondos.<sup>121</sup>

Antes de la presentación del análisis de los temas propuestos en la campaña electoral del PT – Partido de los Trabajadores, para una confrontación directa con los datos puestos en la agenda periodística de los telediarios analizados se hace necesario llamar la atención hacia algunos elementos que perduraron por todo el periodo analizado, o sea, el cambio, nosotros *contra* ellos, presente/futuro *contra* pasado, crecimiento *contra* retraso, dignidad nacional, deconstrucción, enemigo y seguir, en el sentido de ir para adelante/ cambiando. Véase abajo Tabla 10.

**Imagen 20: Dilma Rousseff / Lula** *Contra* **Imagen 21: José Serra/ FHC**



**Tabla 10: Nosotros *contra* Ellos**

**PT - Dilma**

**PSDB - Serra**

214 nuevas escuelas técnicas federales serán construidas hasta el final del año (2010)	Una ley prohibió el costo de nuevas escuelas técnicas federales y las que existían dejaron de ofrecer la enseñanza profesional conjuntamente con la enseñanza media.
Fueron creadas 14 nuevas universidades públicas, 134 nuevos campus universitarios, más de 700 mil jóvenes entraron en la universidad a través del PROUNI.	Ninguna Universidad Federal fue abierta, como también no había inversión en las existentes. No existía PROUNI y todavía el DEM partido del vice de José Serra entró en el Supremo Tribunal Federal para acabar con ese programa.
Fueron generados 14,5 millones de empleos oficiales	El desempleo batía récords, en el periodo FHC/Serra fueron creados apenas 5

<sup>121</sup> Sobre tipos de campañas Véase: Markus Moke (2003) y Otfried Jarren, Ulrich Sarcinelli y Ulrich Saxer (2002).

	millones de empleos y la juventud no tenía perspectivas de futuro.
El programa PROJOVEN posibilita a más de 2 millones de jóvenes concluir la escuela primaria y aprender una profesión con inclusión social y ciudadanía.	El PROJOVEN no existía.
Potencia mundial en los deportes. Con la 'Bolsa atleta' y la realización del mundial de 2014 y el juegos olímpicos de 2016, las oportunidades para los jóvenes se multiplicaron.	Los equipos públicos de deporte estaban viejos y los atletas no recibían incentivos para representar el país.
La policía federal realiza combate contra el corte ilegal en la Amazonia reduciendo en 48,8% la quema y el corte de árboles entre 2003/2008.	El corte de árboles en la Amazonia tuvo crecimiento acelerado, también hubo pocos combates contra ese crimen.

No buscamos con eso, hacer un análisis de contenido en la forma propuesta por Lasswell (1927), Berelson (1948) y Lazarsfeld (1952) o un análisis de discurso en los moldes de Pêcheux (1969)<sup>122</sup> y sí transitar entre las dos teorías presentando datos claros y objetivos. En todos los documentos presentados por el Partido de los Trabajadores – PT son muy claros los elementos que los diferencian de la coyuntura del PSDB (1994 – 2002). En la tabla 7 se torna más visible donde Dilma pone términos como: pasado/ presente, nosotros/ellos. Sobre esa deliberada intención pre-presidencial de ejercer y mostrar autoridad frente a otros actores políticos y diferenciarse del pasado, la misma Dilma en una visita a Caruaru, ciudad en la zona agreste de la provincia de Pernambuco rebate las críticas de su opositor político, Serra, cuando él la asocia al ex presidente Collor de Mello<sup>123</sup>.

Yo no tengo la misma posición histórica del ex presidente Collor de Mello. Ahora si él quiere apoyar mi candidatura, eso es un problema de libertad democrática. Entiendo democráticamente esa posición, y que esa situación va a ser explotada por mi adversario. Pienso que mi adversario utiliza mecanismos muy oscuros. (ROUSSEFF *in: Folha de Sao Paulo*, Eleições 2010, p. 03, 6.9.2010).

<sup>122</sup> Sobre la forma de análisis de contenidos y discurso ver (BARDIN: 1981).

<sup>123</sup> Collor de Mello fue presidente de Brasil de 1990 -1992 siendo destituido del poder en 1992 a través del Impeachment.

Otra forma de ver esa relación de poder, nosotros *contra* ellos y presente *contra* pasado fue a través del horario electoral gratuito, donde el grupo de Serra conecta a Dilma al escándalo político del ‘Mensalão’ a través de las figuras de dos imputados políticos envueltos en el escándalo.

Mira quien está queriendo volver a la escena política.<sup>124</sup> Las elecciones ni empezaron y ellos [Lula y Dilma] ya están peleándose. El pueblo ni votó todavía y ella ya está eligiendo a los ministros. Y mira quien está queriendo volver: Zé Dirceu, el mismo del mensalão. Palocci [Antonio Palocci], el ex ministro de Hacienda. Brasil no merece eso. (Horario Electoral Gratuito, *TV – Globo*, 29.8.2010)

En ese mismo periodo, otro reportaje es vehiculado en la revista *Veja*, mostrando una supuesta disputa entre Dilma y Lula para indicar el nuevo ministro del STF – Supremo Tribunal Federal.

**Tabla 11: Análisis I de la Agenda Política del PT (2ª Vuelta)**

Categorías	Componentes
<b>1. Familia, Mujer e igualdad de géneros.</b>	La mujer en la política, desigualdad de géneros, aborto, trabajo formal para hombres y mujeres, agricultura familiar, Disminuir el ingresos precoces en el mundo laboral, programa de transferencias de renda y cualificación profesional, promover acciones de cultura, salud, movilidad urbana, morada, deporte y ocio de forma integrada y articulada en la política nacional de juventud financiado de manera regular y permanente, deconstruir la cultura machista y patriarcal, combatir la violencia contra las mujeres, promover la salud de las mujeres, el derecho sexual y reproductivo, garantizar y ampliar la participación de las mujeres en los espacios de poder y de decisión, construcción de escuelas para niños menores de 6 años,
<b>2. Economía</b>	Crecimiento en la economía, distribución de renta, equilibrio macroeconómico, ampliación de créditos, crisis económicas, elevación de inversiones, economía solidaria, fortalecimiento del agronegocio, independencia económica, fortalecimiento de empresas estatales y acciones gubernamentales en la economía, ampliación de inversiones, política macroeconómica, control de la inflación, FMI apuesta en el crecimiento brasileño, ampliar el crédito de apoyo a agricultores, ampliar la línea de crédito para

<sup>124</sup> Esa era la voz del locutor al exhibir las imágenes de los ex ministros al lado de la candidata del PT.

	la población brasileña,
<b>3. Política: local, regional y nacional</b>	Transición FHC-LULA-Dilma, políticas públicas, apoyo a la soberanía alimentaria, ampliar acción entre los gobiernos federal, municipal y provincial, aumentar recursos públicos para la salud, política de promoción de igualdad racial, leyes de incentivo para garantizar el control público sobre el uso de los incentivos fiscales, fortalecer las políticas de permanencia en las instituciones de enseñanza, política nacional de juventud, reforma del Estado, reforma política – congreso nacional, adopción de políticas regionales, participación de la población en la gestión del PT, democratización de la tierra, legalización de propiedades, soberanía nacional, reforma del Estado, el, punición a las empresas corruptoras, perfeccionar la política de aumento de sueldo,
<b>4. Social</b>	Reforma agraria, distribución de riqueza, expansión del crédito popular, promoción de la igualdad racial, estimular el cooperativismo, promoción de políticas públicas, normalización jurídica de políticas sociales, políticas públicas, reducción de la pobreza, programa bolsa familia, SISAN- Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, reducir la pobreza absoluta, implantación de programas sociales, trabajos formal para hombres, mujeres y jóvenes, programa de inserción en el campo laboral, mejorar las condiciones de vida y de trabajo, cuotas étnicas en las universidades públicas, PT y el movimiento social, la construcción de un país justo, abolición de la miseria, el nordeste como solución para el desarrollo del país, a los indígenas - lo que es de los indígenas, 31 millones en la clase media, 24 millones salieron de la pobreza, erradicar la miseria, proyecto social ‘Mi casa, mi vida’, garantizar el fortalecimiento del bolsa familia y de otros programas sociales,
<b>5. Infraestructura</b>	Polos de energía eólica y solar, construcción de hidroeléctricas, exploración del pre-sal, ampliación de la red ferroviaria, vial, aeroportuaria y de navegación, afluentes de ríos, irrigaciones de tierras y agua potables, Copa del Mundo y juegos olímpicos, turismo nacional e internacional, sanidad pública, programas habitacionales, transportes públicos
<b>2. Salud</b>	Control de epidemias y endemias, producir medicamentos, Programa “Brasil Sonriente”, asistencia farmacéutica, farmacia popular, salud de la familia, unidades de urgencias hospitalarias (UPAs), consolidar el SUS como sistema universal, democrático e integral, controlar pacientes de planes privados en consultas en el SUS, ampliar inversiones e innovaciones para frenar epidemias y pandemias, combatir la droga en la juventud, extensión de programas sociales de salud, oferta gratuita de medicamentos, prevención de accidentes, tecnología farmacéutica, saneamiento básico, crear 500 unidades de urgencias hospitalarias, 8.600 nuevas unidades básicas de salud – UBS

<p><b>3. Educación</b></p>	<p>Fondo de desarrollo de educación, valoración de la maestría, 18% de financiamiento para la educación, aumento el número de escuelas técnicas, institutos federales tecnológicos, promover una reforma política-pedagógica en el enseñanza media, enseñanza pública de calidad, expansión de posgrado, implantación de IFT, sueldos dignos para profesores, políticas educacionales, erradicar el analfabetismo, políticas educacionales, expansión de las universidades públicas, aumento del programa ProUni,</p>
<p><b>4. Derechos Humanos</b></p>	<p>Promover política de igualdad entre hombres y mujeres, ahondar la política de derechos humanos y garantizar los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, coordinar la protección integral de los derechos de los niños y adolescentes, derechos básicos al trabajo, vivienda, alimentación, salud y educación, acceso a la justicia y a la ciudadanía, reforma en el sistema de reclusión, ampliación de penas alternativas, presionar contra la discriminación, protección a los brasileños en el exterior y a los extranjeros en Brasil, fortalecer a la actuación de Brasil en defensa de los derechos humanos en la Naciones Unidas, OEA, UNASUL y Mercosur, respeto a los derechos humanos</p>
<p><b>5. Seguridad</b></p>	<p>Seguridad pública, acción del órgano de control general de la unión y de la policía federal, combate a la corrupción, implantación de una estructura jurídica y administrativa para inversiones públicas, mejorar cooperación de la policía federal y policía provinciales, fortalecimiento de la PRONASCI y de las UPPs, garantizar el compromiso de las fuerzas armadas con la democracia y los derechos humanos, crear el fondo constitucional de seguridad pública, subsidiar los sueldos nacionales de las policías civiles y militares, hasta 2016, extender el PRONASCI para las 27 provincias brasileñas, fortalecimiento del ministerio de defensa, programa nacional de defensa urbana, crimen organizado y comunes, relación de seguridad entre provincias y comunas, ampliación de territorios de paz y UPPS, profesionalización de policías y tecnologías, policía comunitaria,</p>
<p><b>6. Democracia y socialización de bienes culturales</b></p>	<p>Tecnologías colgadas en internet, TV pública, circulación de ideas, acceso libre a los bienes culturales, socialización cultural, difusión de bienes culturales – vale cultura, transformaciones de escuelas básicas en centros de cultura (arte educación) incentivos de debates en blogosfera, protección del patrimonio nacional material e inmaterial, democracia participativa, financiamiento público de campaña electorales, concursos públicos y planes de carrera, garantizar el combate a la corrupción, democratización de los bienes culturales, debate de plural de ideas, comunicación libre y plural, TV abierta y nuevas tecnologías, acceso a la información y comunicación, el papel de los medios, control social de los medios,</p>

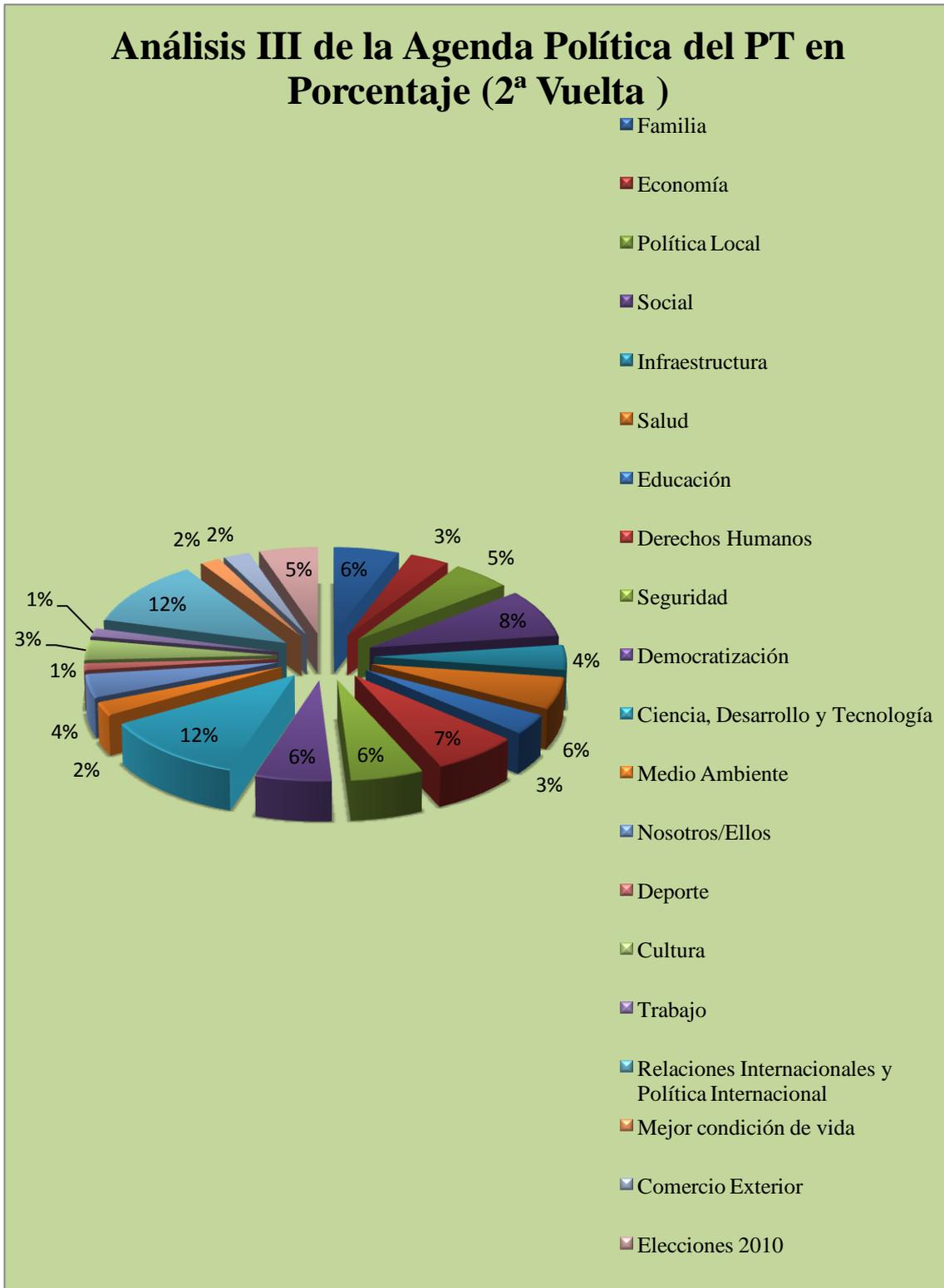
<b>7. Ciencia, Desarrollo y Tecnología</b>	<p>Expansión del mercado de bienes de consumo, apoyo técnico a los sin tierras, PAC 1 y PAC 2, aumento de líneas de créditos, flexibilización de protección a propiedades intelectuales, desarrollo científico en las universidades e institutos científicos, implantación de proyectos de desarrollo científico y técnicos con países desarrollados y con países latinoamericanos, africanos y de otras regiones, transferencias tecnológicas, ampliación de la banda ancha, preparación de la sociedad de la información, modernización de las fuerzas armadas, políticas industriales, agrícolas, energética y de infraestructura, acciones de bancos BNDES, BB, Caixa Económica Federal, BNB y Basa, ampliaciones de inversiones científico y tecnológico, flujo y almacenamiento de producción, ampliar la investigación científica y tecnológica, becas de estudios, aumentar el número de ingenieros y patentes, inclusión digital, sociedad del conocimiento, Pre-sal, informatización de ejecución de pena, inclusión productiva –oportunidad para la emancipación, Petrobras y el nuevo Brasil, nuevo marco en el sector eléctrico, energía barata para el país del futuro, ampliar el proyecto ‘Luz para todos’</p>
<b>8. Medio Ambiente</b>	<p>Brasil Verde, sustentabilidad de Amazonias y Biomas brasileños, protección y uso sustentable de la biodiversidad, recursos hídricos nacionales, calidad del agua y de los alimentos, política ambiental, código forestal,</p>
<b>9. Nosotros contra Ellos</b>	<p>Construcción de escuelas técnicas / una ley prohibió el costo de nuevas escuelas federales, Crearon 14 nuevas universidades públicas, 134 nuevos campus universitarios / ninguna universidad federal fue abierta y tampoco había inversiones en las existentes, 700 mil jóvenes entraron en la universidad a través del PROUNI / no existía el PROUNI y todavía el DEM – partido del vice de Serra entró en el supremo tribunal federal contra ese programa, 14,5 millones de empleos oficiales / apenas 5 millones de empleos, más de 2 millones de jóvenes concluyen la escuela y aprenden una profesión/ el programa PROJOVEN no existía, Mundial de 2014, Olimpiadas de 2016 y Bolsa atleta / equipo de deportes viejos y atletas no recibían incentivos, combate contra el corte ilegal de árboles en la amazonia / el corte de árboles en la amazonia tuvo crecimiento acelerado, reducción en 48,8% la quema entre 2003/2008 / hubo pocos combates contra ese crimen.</p>
<b>10. Deporte</b>	<p>Construcción de 10 mil gimnasios deportivos, participación activa de jóvenes en el Mundial 2014, Olimpiadas 2016, Bolsa atleta,</p>
<b>11. Cultura</b>	<p>Informaciones culturales, diversidades culturales, manifestaciones populares, ampliaciones de centros culturales, implementación del plan nacional de cultura y sistema nacional de cultura, promover acciones culturales, valoración de la cultura e identidad nacional, sistema nacional de cultura,</p>

	memoria, patrimonio histórico y cultural, industria audiovisual nacional y regional, financiamiento de cultura,
<b>12. Trabajo</b>	Expansión de empleo formal, proceso de producción, crecimiento de renta, empleo y trabajo digno para la juventud, construcción de casas,
<b>13. Relaciones internacionales y Política internacional</b>	Solidaridad con países pobres y en desarrollo, apoyo a la internacionalización de las empresas, fortalecer la cooperación internacional en el enfrentamiento al tráfico de drogas y armas, UNASUL, Control de fronteras y cooperación bilateral contra los crímenes organizados transnacionales, construir una industria nacional de defensa con países de Sudamérica y de otras regiones, participar del Consejo Sudamericano de Defensa y de misiones internacionales juntamente con el derecho internacional y las leyes brasileñas, reforma de las Naciones Unidas, empeñarse a la conclusión de la rodada de Doha – favoreciendo a los países pobres, Fortalecer el IBAS y BRICs, comunicación con países desarrollados, Estados Unidos, Japón y UE, Incursionar el diálogo UE y MERCOSUR, mediar conflicto que perturbe la estabilidad mundial, oriente medio, presencia en el Haití, democratización de la ONU y su consejo de seguridad, Política externa, Política ambiental de sustentabilidad, opciones energéticas, implementación de un nuevo acuerdo global, relaciones internacionales sur-sur, luchas por la paz, Banco Mundial, G20, intervención internacional en la crisis mundial, relación Brasil-Mexico, USA y Paraguay, CUT apoya Venezuela en el MERCOSUR, reconocimiento internacional,
<b>14. Mejor condición de vida</b>	Construcción de viviendas, transporte público de calidad, movilidad urbana, recogida de basura, drenaje urbano, intervenciones en favelas.
<b>15. Comercio exterior</b>	Integración del Mercosur, consolidación de la UNASUL, cooperación industrial, agrícola y comercial en la región, integración sudamericana de economía, turbulencia mundial – Brasil y China, invertir es necesario, pago de la deuda externa,
<b>16. Elección 2010</b>	Importancia de las elecciones, temas de las elecciones 2010, guía electoral, calumnia y difamación contra candidato del PT, evaluación de proyecto por candidato del PT, viaje de Dilma por el nordeste brasileño, fotos históricas del PT, conferencia nacional de la juventud del PT, fotos de candidatos del PT, líderes del PT, relaciones internacionales del PT, fotos de campaña, PT divulga manual de fiscalización para el día de la elección, ley electoral para 2010, Lula grava participación en el guía electoral de Dilma, campañas victoriosas – 2006/2010, las elecciones 2010 - el parlamento y la ética en la política,

**Tabla 12: Análisis II, de la Agenda Política del PT en Números (2ª Vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Familia	<b>20</b>
<b>2</b>	Economía	<b>12</b>
<b>3</b>	Política Local	<b>18</b>
<b>4</b>	Social	<b>29</b>
<b>5</b>	Infraestructura	<b>15</b>
<b>6</b>	Salud	<b>19</b>
<b>7</b>	Educación	<b>12</b>
<b>8</b>	Derechos Humanos	<b>24</b>
<b>9</b>	Seguridad	<b>20</b>
<b>10</b>	Democratización	<b>21</b>
<b>11</b>	Ciencia, Desarrollo y Tecnología	<b>40</b>
<b>12</b>	Medio Ambiente	<b>8</b>
<b>13</b>	Nosotros/Ellos	<b>14</b>
<b>14</b>	Deporte	<b>4</b>
<b>15</b>	Cultura	<b>12</b>
<b>16</b>	Trabajo	<b>5</b>
<b>17</b>	Relaciones Internacionales y Política Internacional	<b>40</b>
<b>18</b>	Mejor condición de vida	<b>6</b>
<b>19</b>	Comercio Exterior	<b>8</b>
<b>20</b>	Elecciones 2010	<b>18</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>345</b>

**Gráfico 6: Análisis III de la Agenda Política del PT en Porcentaje (2ª Vuelta)**



Analizando las tablas de 6 a 12 y el gráfico 6 (2ª Vuelta) se puede afirmar con precisión que los temas predominantes en la campaña política desempeñada por el Partido del

Trabajador fueron: Ciencia, Desarrollo y Tecnología con 12%, Relaciones Internacionales y Política Internacional con el mismo porcentaje, y la misma cantidad de componentes. Los temas de esas dos categorías varían desde la construcción de grandes obras, como el PAC 1 y 2, hasta el pedido de la democratización de la ONU. Ya en el tercer lugar quedaron el Social con 8%, contabilizando un total de 29 componentes, 1% por ciento delante de los Derechos Humanos y 2% delante la Democratización. La categoría Social también enfatiza la gran cantidad de brasileños que dejaron la pobreza en dirección a la clase media. Las categorías que tuvieron menor representatividad en las elecciones fueron, Deporte y Trabajo, los dos tuvieron como 1% por ciento y contabilizaron entre 4 y 5 componentes y los penúltimos posicionados fueron: Medio Ambiente, Mejor Condición de Vida y Comercio Exterior, todos lograron 2% por ciento de porcentaje, ya en relación a la suma de los componentes, estos variaron entre 6 y 8.

Como afirma, Luiz Gonzales en la película, *Arquitectos del Poder* (2007), “hay elecciones que versan sobre personas y otras versan sobre temas.” Analizando la campaña política del PT 2010 podemos afirmar que el tema principal fue ‘Tecnología, Relaciones Internacionales y Política Internacional’, pero esos dos temas ya permanecían en la escena política brasileña desde el segundo periodo de Lula (2006-2010), cuando él mismo pone a Brasil en una coyuntura internacional. Los temas principales de una agenda política, como: salud, educación, seguridad y economía no pasaron de los 3%. Temas económicos alcanzaron apenas 12 componentes, o sea, apenas 3% y educación alcanzó la media de los 3%, contabilizando 12 componentes.

Otros puntos importantes que merecen énfasis son las categorías: Familia, con 6% y Nosotros *contra* Ellos con 4%. Analizando la tabla 11 se puede observar que la preocupación del PT en la 2ª vuelta de las elecciones presidenciales de 2010 también permearon temas polémicos como: aborto, violencia contra las mujeres, desigualdad de género y más participación en los espacios de poder para el sexo femenino. En la categoría, Nosotros *contra* Ellos son expuestos hechos no sólo de los candidatos (Dilma x Serra) sino también de otros ex presidentes como (Lula x FHC), en los componentes de esa categoría se puede observar comparaciones desde número de empleo logrado por

el PT, pasando por construcciones de nuevas universidades, hasta nuevos programas sociales, como: PROJOVEN y PROUNI.

### **4.3. Agenda Política del PSDB**

Para varios autores (CRESPO, 2011; KUNTZ, 2010; MOKE, 2003; FIORINA, 1981; DOWNS, 1968) en una democracia es esencial que los ciudadanos tengan acceso a la información veraz, diversa y suficiente que les permita participar en el proceso de deliberación que sucede en el espacio público, más aun en los momentos de decisión. No es necesario que el público tenga toda la información en detalles sobre cada candidato o programas electorales, pero sí con la suficiente información respecto de la actuación del gobierno o candidatos en los temas más relevantes, o sobre las principales propuestas de los partidos. En ese sentido Crespo y Garrido, *et al*, (2011) nos brindan información al respecto de las funciones de las campañas electorales. Según ellos toda campaña tiene el deber de informar, movilizar y persuadir.

Dentro de la categoría, *informar*, autores como Klapper (1974) y Norris (2000; 2001) afirman que la posibilidad de que los ciudadanos amplíen su nivel de información política durante una campaña electoral es muy limitada, ya que la cobertura de los medios de comunicación sobre las posiciones de los partidos, propuestas y alternativas son generalmente conocidas por el elector que tiene intereses en los asuntos públicos. Crespo (2011) pontifica la posición de Klapper y Norris explicando que esta perspectiva se basa en las evidencias que demuestran el escaso interés de la mayoría de la población con respecto a los asuntos públicos, así como la casi nula retención por parte de muchos ciudadanos de las noticias que sobre la campaña proporcionan los medios.

*Movilizar* el electorado cuando estos no tienen interés en temas políticos no es una tarea fácil, pero es una función básica de las campañas electorales. Para Crespo, Garrido, *et al*, (2011) ellas deben cumplir no solamente la función de incentivar el electorado a ir a las urnas en el día marcado de las elecciones, sino también y quizás estimular su interés y su participación en el debate sobre los temas políticos, reforzando su compromiso cívico con la democracia.

El principal objetivo de las modernas campañas electorales es fomentar que los ciudadanos voten a favor o en contra de un candidato, de un partido o de una política pública concreta. Se centran por tanto en uno de los sentidos de concebir la idea de movilización, básicamente en el de la participación electoral del ciudadano. (CRESPO, GARRIDO, *et al*, 2011:18).

Para algunos autores, las campañas no llegan a desempeñar ni siquiera ese papel de movilización en el sentido estricto del término. De acuerdo con la antropóloga, Beatriz Heredia (2002) en cierta medida, muchos de los diseños de las campañas modernas son realizados con el propósito contrario, a lo que sin duda contribuye de manera notable la actitud de los medios de comunicación. Teixeira (2002) analizando las campañas electorales ejecutivas de 1998 en los medios de comunicación en Brasil concluye que ellos prestan cada vez, una menor atención y una menor profundidad informativa a las que se podrían denominar ‘noticias políticas importantes’, mientras que dedican cada vez más atención a historias de sucesos, de famosos, escándalos, vida privada, etcétera.

Entre las tres funciones electorales presentadas por Crespo, Garrido, *et al*, (2011), *persuadir* es sin duda el objetivo principal durante una campaña electoral.

La función de persuasión que cumplen las campañas ha adquirido una importancia central en los diseños de los partidos políticos, con un incremento creciente – y a veces desmedido e incontrolado – del presupuesto que destinan los políticos a la gestión de la información, la publicidad y la investigación sobre los segmentos de electores que constituyen los objetivos de la campaña del partido. Desde esta óptica, partidos y candidatos elaboran sus mensajes y programas con el fin de persuadir a los electores de que su opción política es la más adecuada para la conducción del país. Estos mensajes pueden tener distintos contenidos, de acuerdo con los objetivos perseguidos por el partido o candidato. (CRESPO, GARRIDO, *et al*, 2011:18).

Las antropólogas, (HEREDIA, TEIXEIRA, BARREIRA: 2002) detectaron que los temas propuestos en las agendas políticas de los partidos y de los candidatos no son fabricados o contruidos en el periodo electoral y sí mucho antes del periodo de campaña y para ser publicitados necesitan muchas veces de la ayuda de los medios de comunicación. Para ellas, es en este momento que entran en acción los profesionales de comunicación, sean asesores políticos, periodistas, relaciones públicas marketing, etcétera, con la función de vender sus ideas a los políticos y de persuadir a la comunicación de masa de que lo que ofrece sus clientes [los candidatos] es realmente lo mejor, o sea, es la verdad.

En la visión de Santa Rita<sup>125</sup> (2002) el programa de gobierno es uno de los medios de divulgación de las acciones de los candidatos y partidos que mejor pueden cargar las tres características básicas defendidas por Crespo, Garrido, *et al*, (2011). Según Santa Rita (2002) ese documento es el más esperado por los medios de comunicación en el periodo electoral y es donde los candidatos y partidos exponen sus ideas y proyectos gubernamentales, causando así, una visibilidad sin precedentes en los medios.

Para eso, los documentos referentes a la campaña electoral del PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira presentado en ese apartado serán primeramente el resumen de los discursos de José Serra, todavía como supuesto candidato a la presidencia, proferido en el Encuentro Nacional de los Partidos (PSDB, DEM e PPS), Brasilia 10.4.2010 y en la Convención Nacional del PDSB, Salvador 12.6.2010. Con la unión de los dos discursos salió como resultado el primero de los programas de gobierno publicado en 24.6.2010 por la coligación, “*O Brasil pode mais*”, que tiene 14 páginas.

Otro documento que será presentado ya teniendo a Serra confirmado su candidatura y como fuente de temas para la campaña es el segundo programa de gobierno, “*Uma agenda para o desenvolvimento Sustentável do Brasil*” con un total de 280 páginas y presentado al ‘Tribunal Superior Eleitoral’ en el día 2.7.2010 y por fin, el Sitio oficial

---

<sup>125</sup> Esa misma posición toma Santa Rita en el Documentario, “Arquitectos del Poder”, 2007.

del PSDB, el cual será presentado en documento de fuentes secundarias como en el caso del PT<sup>126</sup>.

### El primer Programa de gobierno

**Tabla 13: Primero Discurso (10.4.2010) - Presentación de las Directrices del Programa de Gobierno PSDB (24.6.2010) Para la Campaña Electoral de 2010. (1ª Vuelta)**

<b>Temas</b>	<b>Subtemas</b>
<b>1. Historia de Vida</b>	Fe, Amor, Experiencias, Esperanza, Dios, fuerza del pueblo, creencias, valores, convicciones, Biografía, Ideas, deseos
<b>2. El deber del Estado</b>	Cultivar la austeridad fiscal, oír la voz de los necesitados, mujeres, servir al pueblo y no a partidos políticos, unir la nación.
<b>3. Unión del País</b>	Contra el Nosotros contra Ellos, contra la división de brasileños, apoyar la unión de las 4 regiones del país.
<b>4. Trabajo</b>	Respetar el trabajo y los trabajadores
<b>5. Educación</b>	Educación de calidad, buenas infraestructuras, más recursos, reforma escolar, vínculos entre las escuelas técnicas y el mercado de trabajo.
<b>6. Salud</b>	Consolidación del SUS en todo territorio nacional, reducir el costo de medicamentos, ampliar el programa salud de la familia, promoción de campañas contra SIDA y otras enfermedades,
<b>7. Seguridad</b>	Combatir el crimen organizado y la proliferación de la droga en el territorio nacional, inversiones en clínicas de recuperación, jóvenes como víctimas del narcotráfico, construcción de presidios.
<b>8. Infraestructura</b>	Mejorar las condiciones de las carreteras, construcciones de galpones, aeropuertos, puertos, división del PIB para la infraestructura.
<b>9. Inflación</b>	Bajar la inflación, aumentar la línea de crédito, elevar las reservas, ser más agresivo en las conquistas del mercado
<b>10. Política Externa</b>	Acuerdo entre los miembros del MERCOSUR, contrato con Israel, Venezuela, aumentar acuerdos de libre comercio,
<b>11. Medio Ambiente</b>	Aumentar la preservación ambiental y el desarrollo sostenible, Contener la emisión de gas carbónico, saneamiento básico, agua potable.
<b>12. Fuerzas Armadas</b>	Defensa de nuestras fronteras, entrenamiento de las fuerzas armadas.

<sup>126</sup>Fuentes Secundarias: Folletos, Folders y Cartillas. Durante el periodo de campaña el PSDB ha producido diversos contenidos propagandísticos, pero ninguno que podríamos asociar directamente a algún programa de gobierno.

En el primer discurso (Tabla Arriba) se observan temas consagrados en todos los tipos de campañas, desde las temáticas, donde el punto principal es un tema (educación de calidad, combate al crimen organizado), como también las campañas personificadas, donde el atributo principal es una persona (creencias, valores, biografía).

En el segundo discurso (Tabla Abajo) del presidenciable, José Serra presentado en Salvador – Bahía en el día 12.6.2010 no trata de mostrar un programa de Gobierno y sí de atacar al ex presidente Lula y su sucesora, Dilma Rousseff, como también, hablar de su historia de vida. En su discurso podemos señalar algunos aspectos importantes que con el pasar del tiempo se van implementando en la agenda periodística y política del partido PSDB, como: valores, críticas al gobierno del PT y las necesidades y deseos del pueblo brasileño.

En ese sentido podemos concordar con el testimonio, del mercadólogo, Luiz Gonzales, cuando el afirma que:

Hay elecciones que versan sobre temas, hay otras que versan sobre personas, u otras que versan sobre la fusión de las dos. La primera batalla de cualquier elección es por la agenda. ¿Cuál es el tema de las Elecciones? Eso es una batalla subterránea entre los profesionales de campañas, políticos y asesores. En ese punto nada queda claro, ni para la prensa, ni para los electores, ni para los telespectadores, lo que en realidad está en juego. (GONZALES, Testimonio en Arquitectos del Poder, 2007).

**Tabla 14: Segundo Discurso (12.6.2010) Presentación de la Directrices del Programa de Gobierno PSDB (24.6.2010) Para la Campaña Electoral de 2010. (1ª Vuelta)**

Temas	Subtemas
<b>1. Historia de Vida/ Biografía/ ideas</b>	Familia pobre (padre, madre y hermanos), infancia, adolescencia, movimiento estudiantil, exilio, universidades, moral, índole, convicciones, capacidad,

	injusticia, condiciones sociales, persecuciones políticas, vivencia en (Chile, Bolivia, Francia y USA), personas comunes, personas simples, honestos, verdaderos. Estudio en escuela pública,
<b>2. Vida Publica en el congreso y gobiernos</b>	Honestidad, no tengo máquina del gobierno, no pago militantes políticos con dinero público, secretario de gobierno, diputado federal, senador, ministro, jefe de gobierno, Gobernador, candidato a presidencia, relator constitucional,
<b>3. Creer en la Democracia</b>	Critican partidos y políticos que no reconocen la democracia en su plenitud, Democracia es un valor permanente e innegociable. No hay democracia sin justicia, como no hay justicia sin democracia.
<b>4. Creer en la Libertad de Prensa</b>	La libertad de prensa no debe ser intimidada ni presionada por el Estado, como también cercada por partidos o movimientos organizados.
<b>5. Creer en la Libertad de Organización Social</b>	Critican organizaciones sociales que trabajan como transmisiones de poder. Organizaciones débiles que son sustentadas con dinero público.
<b>6. Creer en el Estado</b>	Cree que el Estado debe estar subordinado a la sociedad y no al gobernante de turno o a un partido.
<b>7. Creer en la Oposición</b>	La oposición debe ser competidora, adversaria y no vista como enemiga de la patria. Jamás en una democracia la oposición debe ser aniquilada por el uso del Estado.
<b>8. Creer en la Disputa Partidaria y electoral</b>	La disputa partidista y electoral no debe estar nunca por sobre los intereses de la nación ni la de los brasileños.
<b>9. Creer en los Derechos Humanos</b>	No debemos elogiar dictadores, apenas por ser aliados de partidos y gobiernos, no concuerdo con represión a las ideas ni tan poco reprehender pensamientos diversos.
<b>10. Creer en el Congreso Nacional</b>	Creer en el congreso como arena de debate, negociación y entendimiento político y no como espacio de negociaciones inescrupulosas, o de fabricación de escándalos políticos.
<b>11. Creer en la Justicia Independiente</b>	Guardián del nuestro Estado de Derecho, admiro las instituciones que controlan el poder ejecutivo, como: tribunal de cuentas, ministerios públicos.
<b>12. Creer en el Servidor Público</b>	Creer en los funcionarios del Estado y es contra cargos nombrados por conocimiento político, hombres que corrompen el poder son neo-corrupos.
<b>13. Necesidad y deseo</b>	Mejor escuela, mejor salud pública, accesibilidad, oportunidad profesional, mejores condiciones de empleo, destruir el tráfico de drogas, seguridad pública, casa propia, medio ambiente saludable, mejor renta.

De acuerdo con Felipe Sottello (2011), periodista de la asesoría de comunicación de José Serra, tratándose de un programa de gobierno, el segundo discurso no podría ser clasificado como tal porque pocos fueron los temas de cuño político.

En ese momento lo que teníamos que hacer era rellenar el tiempo y las obligaciones legales, o sea, teníamos que enviar a los medios de comunicación y al TSE, plan o programas de gobierno algo satisfactorio, mientras que preparábamos para lanzar el verdadero programa, el cual ustedes conocen como – una agenda para el desarrollo sostenible de Brasil. (SOTTELLO, entrevistado en São Paulo, 13.12.2011).

Lo que se puede observar es que, en los discursos de Serra hay temas políticos que pueden ser propuestos en una agenda política partidaria y otros que son meros asuntos personales.

#### **El segundo Programa de Gobierno.**

El segundo programa de gobierno de José Serra es elaborado con propuestas y conectado por directrices. Son lanzados 20 temas teniendo 118 propuestas.

**Tabla 15: Presentación de las Directrices y Propuestas sectoriales del Programa de Gobierno PSDB (2.7.2010) Para la Campaña Electoral de 2010. (1ª Vuelta)**

<b>Temas</b>	<b>Propuestas</b>
<b>1. Agropecuaria y Reforma Agraria</b>	Crédito y seguridad rural, Transgénico verde-amarillo, Defensivos agrícolas genéricos, PRONAF – ficha limpia, Asistencia técnica y extensión rural, Paz en el campo, Emancipación de asentamiento rural,
<b>2. Ciudadanía, Justicia e Igualdad</b>	Justicia Ciudadana, Ministerio de la persona deficiente, Diversidad sexual, Igualdad racial, Igualdad de Género, Pueblos Indígenas, Ancianos con dignidad, Juventud consciente.
<b>3. Ciencia, Tecnología e Innovación</b>	Investigación científica, Parque tecnológico, Premios en ciencia y tecnología.
<b>4. Cultura</b>	Cultura democrática,
<b>5. Economía, Emprededorismo y Empleo</b>	Acelerar inversiones, Noticia de gastos brasileña, Política industrial, Cuenta bancaria universal, Mercado de capital. Aumento de sueldo mínimo, Capacitación de trabajadores,

	Emplea Brasil, Sistema SEBRAE, BNDES para los pequeños negocios, Cooperativismo.
<b>6. Educación</b>	Educación básica con currículo nacional, Programa – alumno tiempo integral, Evaluación para la ciencia, Programa leer y escribir, Programa valoración del profesor, Universalización de la educación infantil, Currículo de la escuela básica, Programa de apoyo a la enseñanza técnica, Enseñanza Superior, Enseñanza a la distancia.
<b>7. Energía, Petróleo y Gas</b>	Energía Barata, Matriz energética limpia, Eficiencia energética, Biocombustible, Exploración de Petróleo, Fortalecer la empresa Petrobras.
<b>8. Deporte</b>	Sistema nacional de deporte, Red olímpica nacional, Copa del mundo.
<b>9. Gestión Pública y Sistema Político</b>	Responsabilidad fiscal plena, Servicio público de calidad, Gobierno electrónico, Autonomía de las agencias reguladoras, Programa nacional de descentralización, Sistema electoral mayoritario en las capitales, Gestión de jubilación.
<b>10. Habitación</b>	Crédito habitacional, habitación digna, urbanización de las favelas.
<b>11. Infraestructura de Producción</b>	Ministerio de logística, Modernización de los Puertos. Expansión del sector aéreo, Autopistas, Trenes para Brasil.
<b>12. Medio Ambiente</b>	Código de Silvicultura, Parar con el corte en la selva, Pagamentos por servicios ambientales, Comités de cuencas hidrográficas, Rio São Francisco, Ecoturismo, Licenciamiento ambiental, Economía verde, Zona de la costa, Diésel limpio.
<b>13. Política Externa y Comercio Exterior</b>	Política externa con interés nacional, Fortalecimiento del CAMEX, Integración regional y el MERCOSUL.
<b>14. Política Regional</b>	SUDENE, Proyecto seminario 2020, Amazonia sustentable, Zona franca perene, Frontera de producción, Transporte metropolitano, Movilidad urbana en las capitales.
<b>15. Protección Social</b>	Bolsa familia, Sistema único de asistencia social, Sistema nacional de atención a la población de la calle, Proyecto travesía nacional, Niños desaparecidos.
<b>16. Saneamiento de Agua</b>	Plan nacional de saneamiento básico, Gestión de empresas de saneamiento, Agua universalizada, recolección y tratamiento de alcantarilla, Política nacional de residuos sólidos.
<b>17. Salud</b>	Enmienda constitucional 29, Atención primaria a la salud, Policlínicas, Acceso a medicamentos, Programa nacional de combate al cáncer, Salud integral de la mujer, Cero cola para internaciones y cirugías, Esfuerzo conjunto para la salud, Sistema nacional de trasplantes, Red nacional para dependientes químicos, Programa Las mamis brasileñas, Salud integral de los niños, Profesional de la salud, Hábitos saludables, Hospitales filantrópicos.
<b>18. Seguridad Pública</b>	Ministerio de la seguridad pública, Fuerza nacional contra

	las catástrofes.
<b>19. Telecomunicación</b>	Correo con excelencia, Democracia digital.
<b>20. Turismo</b>	Turismo Sustentable.

De acuerdo con el segundo programa de gobierno (2010) enviado al Tribunal Superior Electoral (TSE) José Serra orientó a su equipo de trabajo para detallar y profundizar sus ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendidas en su gobierno, buscando sistematizarlas en sectoriales y provinciales. Las prioridades (174) son divididas por regiones (5) y sus respectivas provincias (27), (Ver Anexo).

**Tabla 16: Presentación de las Regiones, Provincias y Prioridades del Programa de Gobierno PSDB (2.7.2010) Para la Campaña Electoral de 2010. (1ª Vuelta)**

<b>Regiones</b>	<b>Provincias Temas</b>	<b>Prioridades</b>
<b>Norte</b>	<b>Acre</b>	Manutención de la carretera 364, Programa habitacional, Programa de seguridad alimentaria.
	<b>Amapá</b>	Manutención de la carretera 156 (Macapá – Laranja do Jari), Autosuficiencia energética, Ecoturismo.
	<b>Amazonas</b>	Nuevo Puerto de Manaus, Terminal fluvial, Expansión del Aeropuerto – Eduardo Gomes. Zona franca.
	<b>Pará</b>	Construcción de la carretera 163 (Cuiabá-Santarém), Autopista Transamazónica, Regularización de la tierra, Fluvial (Araguaia – Tocantins), Puerto de Villa del Conde, Saneamiento metropolitano, Metro de Belém, Facultades Tecnológicas, Fabrica de Ídolos del deporte.
	<b>Rondônia</b>	Fluvial, ETCs regionales, Combate de trafico de drogas y armas, Gasoducto (Urucu – Porto Velho), Puerto de Porto Velho.
	<b>Roraima</b>	Manutención de las carreteras 210 y 432, Eficiencia energética, Polos regionales de desarrollo, Seguridad en las fronteras, Regularización de la tierra.
<b>Nordeste</b>	<b>Alagoas</b>	Programa Asistencia AL niños, Policía comunitaria, Construcción del Astillero en Corurupe, Aeropuerto, Terminal fluvial, Autopista 101, Puertos.
	<b>Bahia</b>	Manutención de las carreteras 101 y 324 (Salvador-Feira de Santana), Construcción de Anillos viarios, Puentes Ferrocarriles, Metro, Puerto, Aeropuertos Hospitales, Suficiencias Hídrica, Programa Cacao da Bahia, FATTECs, 20 Policlínicas.
	<b>Ceará</b>	Manutención de la carretera 116, Contorno de Fortaleza, Implantación del metro, Ampliación del complejo industrial y portuario de Pecém, Aumento del aeropuerto de Fortaleza, Hospital general, Desarrollo sustentable del

		Araripe, Programa de Inteligencia de la policía.
	<b>Maranhão</b>	Puerto de Itaqui, Autosuficiencia energética, UPAs de la Salud, Modernización de la Agricultura.
	<b>Paraíba</b>	Manutención de la carretera 230, Puertos de Cabedelo y Lucena, ETECs, Salud en el Interior.
	<b>Pernambuco</b>	Manutención de las carreteras 101 y 232, Rodo anillo Recife, Metro de superficie, Complejo industrial y portuario Suape, Aeropuerto, Educación básica y escuelas técnicas, Saneamiento y reestructuración de la (RMR).
	<b>Piauí</b>	Manutención de las carreteras 235 y 020, Aeropuerto, Puerto Luiz Correia, Programa de irrigación regional, Proyecto joven universitario.
	<b>Rio Grande do Norte</b>	Manutención del Aeropuerto, Presa de Oiticica, Polo pesca, red de carreteras, El puerto central de Natal.
	<b>Sergipe</b>	Manutención de la carretera 101, Contorno de Aracaju, Irrigación (Jacaré-Curitiba).
<b>Sul</b>	<b>Paraná</b>	Manutención Metro, Contorno Ferrocarriles, Rodo viarias, Segunda Puente sobre el Rio Paraná, Puerto de Paranagua, Aeropuerto, Programa de apoyo al productor rural, Atendimiento básico en la salud, Combate al tráfico y al contrabando.
	<b>Rio Grande do Sul</b>	Manutención de las carreteras 116, 101 y 290, Metro, Segunda puente sobre el Guaíba, Aeropuerto, Hospital de Emergencia Metropolitano, Programa paz en el campo.
	<b>Santa Catarina</b>	Manutención de las carreteras 282, 101, 280, 470, 480, Aeropuerto de Chapecó y 9 UPAs
<b>Sudeste</b>	<b>Espírito Santo</b>	Manutención de la carretera 101, 262, Puente de Victoria, Contorno de Victoria, Puesto Aeropuerto. Programa de seguridad pública, Salud de la Familia, Proyecto tierra rural, Café sustentable.
	<b>Minas Gerais</b>	Manutención del Metro, Aeropuerto Internacional, Contorno norte, Manutención de las carreteras 381, 153, 262, 040, Unidad de Urea y amoníaco de la Petrobras, Programa 'fica vivo' y el Caficultora.
	<b>Riode Janeiro</b>	Construcción de la línea 3 (Túnel Rio-Niterio), Súper-vía, Manutención de los aeropuertos: Galeão e Santos Dumont, Puertos: Itaguaí y Rio de Janeiro. Hospital de quemados, Programas: remedios en casa y Paraíba del Sur.
	<b>São Paulo</b>	Completar el programa expansión Sao Paulo, Rodo-anillo de la Capital, Ferro-anillo del Sur, Autopista de los Tamoios, Rede de Ductos, Manutención de los aeropuertos de Cumbica, Congonhas y Viracopos, Hidrovías Tiete-Paraná, Movimiento Olímpico paulista.
<b>Centro Oeste</b>	<b>Distrito Federal</b>	Construcción de un polo de referencia en salud y el metro de la capital – Brasilia.
	<b>Goiás</b>	Construcción de una parte de la ferrovía Norte-Sur, Tren

		rápido entre Brasilia – Luziânia, Metro de superficie, Anillo viario de Goiania. Manutención del aeropuerto, universidades federales, centro de excelencia de deportes, 100 colegios tecnológicos.
	<b>Mato Grosso</b>	Construcción de la Ferronorte y de la carretera 163, Hidrovías: Teles Pires – Tapajos; Araguaia-Tocantins y Paraná-Paraguay, Manutención del Aeropuerto y del hospital universitario (UFMT), Programa de seguridad de fronteras y cero deforestación en la provincia de Mato Grosso.
	<b>Mato Grosso do Sul</b>	Programa turístico y de seguridad de frontera, Manutención del aeropuerto de Campo Grande y la carretera 163.
	<b>Tocantins</b>	Construcción de metro superficie de Palmas, Ferrocarril Norte-Sur, Hidrobia Araguaia – Tocantins, Manutención de las carreteras 010 y 235, Aeropuerto de Palmas y Centro de desarrollo en tecnología e investigación.

➤ **El Sitio oficial del Partido PSDB – [www.psdb.org.br](http://www.psdb.org.br) (1ª Vuelta)**

Como fue presentado en el apartado del PT, el análisis de esa página web sigue las mismas fechas de los telediarios, o sea, tres semanas, entre el día 13.9.2010 y 2.10.2010 (primera vuelta). Dentro de esa página se buscó observar los temas publicados por la: Radio PSDB, Noticias Impresas, Galería de Fotos, Artículos y Elecciones 2010.

**Tabla 17: Sitio oficial del Partido PSDB (1ª Vuelta)**

<b>Formatos</b>	<b>Temas</b>
<b>Radio: Entrevistas colectiva, reportaje, debate.</b>	El nordeste y la seca, Política social para norte y nordeste, Reducto de Lula fortalece la oposición en norte y nordeste, La marca del PT es el ‘Mensalão’, Salud pública no deberá ser meta del PT, Serra intenta ganar votos en el Nordeste, Obras del PAC es una farsa, Quiebra del sigilo fiscal, Crimen Organizado, Serra y Aecio amplían alianza en las elecciones 2010, El PT miente como siempre, Fórum de mujer del PSDB reuniese en Brasilia, Elecciones y crisis, PT ha hecho la peor legislatura de los últimos tiempos, El peligro de una reelección ilimitada, Distancia entre PT y PSDB se mantendrá.
<b>Fotos: Galería, video-foto, acervos fotográficos.</b>	Foto del ex presidente FHC, Discurso de Serra, Acervo de conferencias de Partidos, Fotos de campañas políticas de candidatos, Fotos del congreso, Fotos de propagandas políticas a presidente y gobernador de São Paulo. Fotos de los líderes del partido (Sergio Guerra, FHC, Serra), Debates políticos,
<b>Artículos:</b>	El nordeste se desvanece, el análisis de ITV, Con el PT Brasil

<b>Columna.</b>	regresó, PSDB es que ganó más elecciones en la segunda vuelta, PSDB ganará en Maceió (AL) y competirá en la segunda ronda en ocho capitales, Paul Bauer denuncia la estrategia de campaña electoral del PT en Santa Catarina, Alckmin refuerza la confianza en la victoria de Serra en Sao Paulo, Pagot revela los métodos de PT para aportar recursos públicos para campañas, Aécio y Lula definen elecciones.
<b>Elecciones 2010: Debates, entrevistas</b>	La reforma electoral es aprobada con sugerencias PSDB, Lula ya no es importante en el ámbito internacional, Creer y perseverar, PSDB celebra un seminario para discutir la reforma política, violación del secreto bancario, La familia de Serra, Miembros del PT no son demócratas, pero aparecen como de izquierda, El PT coexiste con la democracia, sin embargo coexiste con inquietud, Lula a veces se comporta como un jefe de partido.
<b>Noticias Impresas: Reportajes, artículos y opiniones.</b>	Cerca de 14 millones de familias están súper endeudadas en Brasil, Sérgio Guerra quiere explicaciones sobre bloqueo telefónico en PSDB, PT quiere controlar la prensa y el periódico placa blanca, Mensalão!!No se puede excluir el presidente y el PT de las quejas, Serra está a favor del fortalecimiento de la Zona Franca, Bloque de oposición reafirma unidad para el año 2010, Oposición reitera solicitud de condena de Lula y Dilma Rousseff, Escándalos: nueva cosecha de irregularidades, Serra culpa a Lula por distorsiones y Dilma cita números irreales, Programa de Dilma se centra en biografía y el de Serra en sus origen popular.

A través de la presentación de directrices, plan de gobierno, deseos y ataques a la oposición no se puede afirmar que el PSDB - Partido Social de la Democracia Brasileña haya presentado un programa de gobierno concreto. Según, Marcio Aith (2012), periodista del gabinete de prensa de José Serra observando los documentos aquí expuestos afirma que los contenidos publicados por el PSDB tenían en su totalidad varios objetivos, entre ellos: desacreditar la capacidad de administración de Dilma Rousseff, mostrar los orígenes humildes de Serra, El apoyo político de otros diputados, como también las necesidades de las regiones.

Si observarnos todos los documentos [impresos] enviados al Tribunal Superior Electoral (TSE) podemos afirmar que 90 por ciento son directrices o plan de gobierno y no programa, aún cuando en algunos de esos documentos había contenidos programáticos, como es el caso del primer discurso (10.4.2010) y las 20 directrices (20.7.2010). Los dos documentos varían los temas entre historias de vida, salud, educación, infraestructura y

obras sociales. (AITH, Asistente de Contenido, Entrevista, São Paulo, 3.3.2012)

Otro punto importante de contenido del partido PSDB es el sitio oficial, el cual cuenta con la misma técnica utilizada en los discursos y los documentos impresos. Las noticias y fotos publicadas en esa página web se refieren tanto a temas electorales como también personales. Temas importantes como la reforma electoral, escándalos políticos y críticas a las obras del PAC también forman parte de la agenda del PSDB en esa página. En el acervo de fotos se puede ver algo mucho más personal de los partidos y de los diputados más influyentes del partido.

**Tabla 18: Análisis I de la Agenda Política del PSDB (1ª Vuelta)**

Categorías	Componentes
<b>1. Familia, Historia de vida, Creencia, necesidad y deseo</b>	Fe, Amor, Experiencias, Esperanza, Dios, fuerza del pueblo, creencias, valores, convicciones, Biografía, Ideas, deseos, Familia pobre (padre, madre y hermanos), infancia, adolescencia, movimiento estudiantil, exilio, universidades, moral, índole, convicciones, capacidad, injusticia, condiciones sociales, persecuciones políticas, vivencia en (Chile, Bolivia, Francia y EEUU), personas comunes, personas simples, honestos, verdaderos. Estudio en escuela pública, honestidad, no tengo máquina del gobierno, no pago militantes políticos con dinero público, - secretario de gobierno, diputado federal, senador, ministro, jefe de gobierno, gobernador, candidato a presidencia, relator constitucional, creer en la democracia, cree que el Estado debe estar subordinado a la sociedad y no a gobernante de la hora o a un partido, creer que la oposición debe ser competidora, adversaria y no vista como enemiga de la patria, creer en la disputa partidaria y electoral, creer en los derechos humanos, creer en el congreso nacional, creer en la justicia independiente, creer en el servidor público, mejor escuela, mejor salud pública, accesibilidad, oportunidad profesional, mejores condiciones de empleo, destruir el tráfico de drogas, seguridad pública, casa propia, medio ambiente saludable, mejor renta, creer y perseverar, la familia de Serra,
<b>2. Economía</b>	Emancipación de asentamiento rural, acelerar inversiones, noticia de gastos brasileña, mercado de capital, aumento de sueldo mínimo, cooperativismo, polo de pesca, aumento de mano de obra, cerca de 14 millones de familias son súper endeudadas en Brasil,
<b>3. Política: local, regional y nacional</b>	Bajar la inflación, aumentar la línea de crédito, y seguridad rural, PRONAF – ficha limpia, política industrial, SUDENE,

	<p>proyecto seminario 2020, Amazonia sustentable, zona franca perene, frontera de producción, transporte metropolitano, movilidad urbana en las capitales, política nacional de residuos sólidos, política social para norte y nordeste, Reducto de Lula fortalece la oposición en, norte y nordeste, la marca del PT es el ‘Mensalão’, quiebra del sigilo fiscal, el peligro de una reelección ilimitada, el nordeste se desvanece, la reforma electoral es aprobada con sugerencias PSDB, PSDB celebra un seminario para discutir la reforma política, Serra está a favor del fortalecimiento de la Zona Franca,</p>
<b>4. Social</b>	<p>Critican organizaciones sociales que trabajan como transmisiones de poder, organizaciones débiles que son sustentadas con dinero público, paz en el campo, Justicia Ciudadana, Ministerio de la persona deficiente, Diversidad sexual, Igualdad racial, Igualdad de Género, Pueblos Indígenas, Ancianos con dignidad, Juventud consciente, gestión de jubilación, Bolsa familia, sistema único de asistencia social, sistema nacional de atención a la población de la calle, proyecto travesía nacional, niños desaparecidos, programa habitacional, programa de seguridad alimentaria, programa asistencia a los niños, programa Cacau da Bahia, programa tierra rural, programa ‘fica vivo’,</p>
<b>5. Infraestructura</b> <sup>127</sup>	<p>Mejorar las condiciones de las carreteras, construcciones de galpones, aeropuertos, puertos, división del PIB para la infraestructura, ministerio de logística, modernización de los puertos, expansión del sector aéreo, autopistas, trenes para el Brasil, plan nacional de saneamiento básico, gestión de empresas de saneamiento, agua universalizada, recolección y tratamiento de alcantarilla, manutención de la carreteras, nuevo puerto de Manaus, terminal fluvial, expansión del aeropuerto – Eduardo Gomes, Autopista Transamazónica, Regularización fundiera, fluvial (Araguaia – Tocantins), Puerto de Villa del Conde, Saneamiento metropolitano, metro de Belém, gasoducto (Urucu – Porto Velho), puerto de Porto Velho, construcción del astillero en Corurupe, construcciones de anillos viarios, puentes ferrocarriles, hospitales, construcciones de 20 policlínicas, hidrovías ‘tiete-parana’,</p>
<b>6. Salud</b>	<p>Consolidación del SUS en todo territorio nacional, reducir el costo de medicamentos, ampliar el programa salud de la familia, promoción de campañas contra SIDA y otras enfermedades, Enmienda constitucional 29, Atención primaria a la salud, Policlínicas, Acceso a medicamentos, Programa nacional de combate al cáncer, Salud integral de la mujer, Cero cola para internaciones y cirugías, Esfuerzo conjunto para la</p>

<sup>127</sup> El programa de gobierno presentado en el día 2.7.2010 contempla todas las provincias brasileñas, y está en su mayoría direccionado a la infraestructura, como: manutención y construcción de obras. Véase Anexo y tabla 13.

	salud, Sistema nacional de trasplantes, Red nacional para dependientes químicos, Programa las mamis brasileñas, Salud integral de los niños, Profesional de la salud, Hábitos saludables, Hospitales filantrópicos, programa salud de las mujeres, hospital de emergencia metropolitano, programa ‘remedio en casa y Paraíba del sur’, construcción de un polo de referencia en salud, salud pública no deberá ser meta del PT,
<b>7. Educación</b>	Educación de calidad, buenas infraestructuras, más recursos, reforma escolar, vínculos entre las escuelas técnicas y el mercado de trabajo, Educación básica con currículo nacionales, Programa – alumno tiempo integral, Evaluación para la ciencia, Programa leer y escribir, Programa valoración del profesor, Universalización de la educación infantil, Currículo de la escuela básica, Programa de apoyo a la enseñanza técnica, Enseñanza Superior, Enseñanza a la distancia, FATTECs, escuelas técnicas, proyecto joven universitario, construcción de nuevas universidades federales, 100 colegios tecnológicos,
<b>8. Derechos Humanos</b>	Fórum de mujer del PSDB se reúne en Brasilia,
<b>9. Seguridad</b>	Combatir el crimen organizado y la proliferación de la droga en el territorio nacional, inversiones en clínicas de recuperación, jóvenes como víctimas del narcotráfico, construcción de presidios, defensa de nuestras fronteras, entrenamiento de las fuerzas armadas, ministerio de la seguridad pública, fuerza nacional contra las catástrofes, combate de tráfico de drogas y armas, seguridad en las fronteras, policía comunitaria, programa de inteligencia de la policía,
<b>10. Democracia y socialización de bienes culturales</b>	Democracia es un valor permanente e innegociable. No hay democracia sin justicia, como no hay justicia sin democracia.
<b>11. Ciencia, Desarrollo y Tecnología</b>	Asistencia técnica y extensión rural, Investigación científica, Parque tecnológico, Premios en ciencia y tecnología, energía barata, matriz energética limpia, eficiencia energética, biocombustible, exploración de petróleo, fortalecer la empresa Petrobras, gobierno electrónico, correo con excelencia, democracia digital, autosuficiencia energética, zona franca, Facultades Tecnológicas, ETCs regionales, Eficiencia energética, Polos regionales de desarrollo, modernización de la agricultura, unidad de urea y amoníaco de la Petrobras,
<b>12. Medio Ambiente</b>	Aumentar la preservación ambiental y el desarrollo sostenible, contener la emisión de gas carbónico, saneamiento básico, agua potable, transgénico verde-amarillo, defensivos agrícolas genéricos, código de silvicultura, parar con el corte en la selva, pagos por servicios ambientales, comités de cuencas hidrográficas, rio São Francisco, ecoturismo, licenciamiento ambiental, economía verde, zona de la costa, diesel limpio, Turismo Sustentable, ecoturismo, café sustentable,

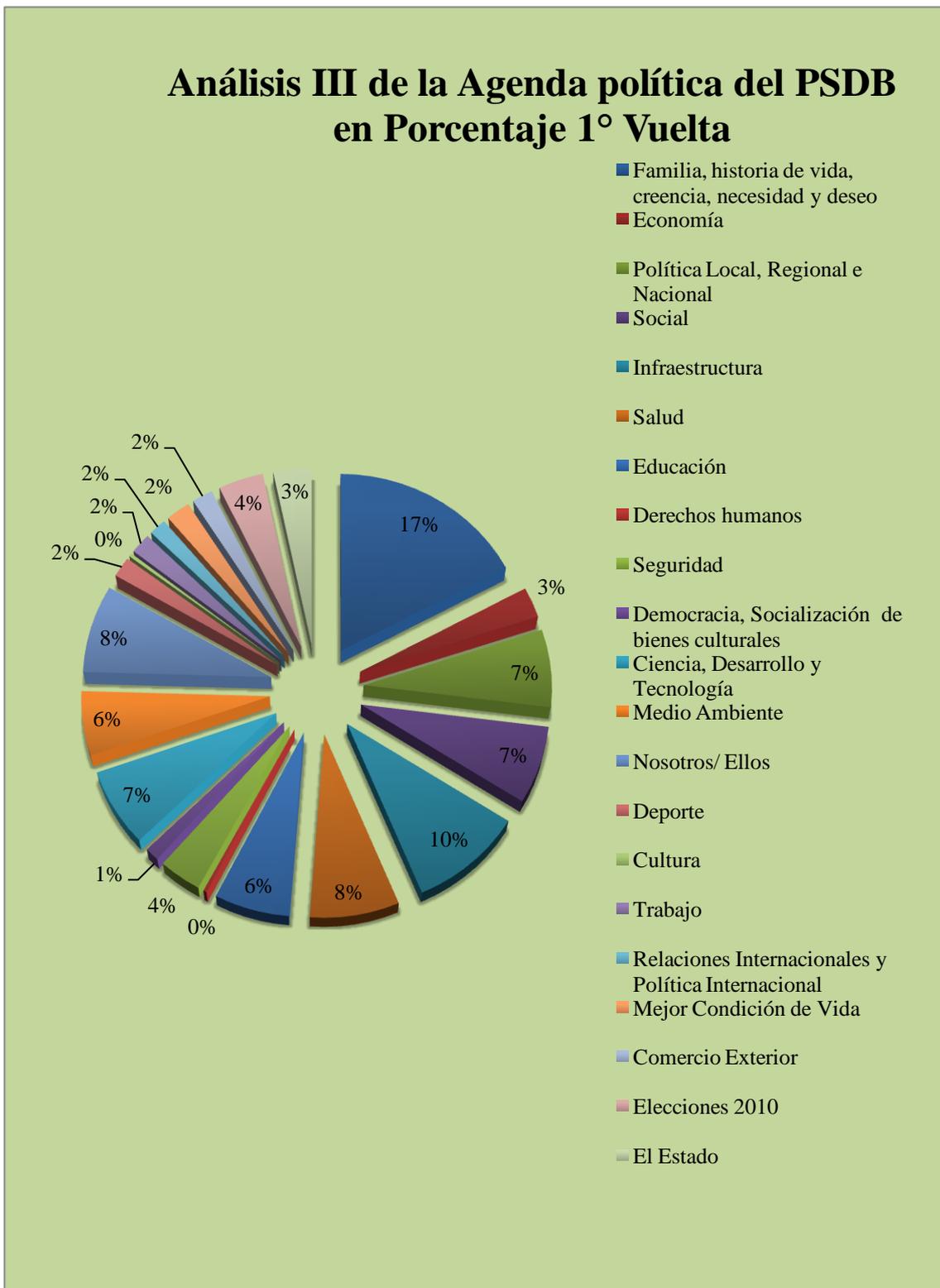
<p><b>13. Nosotros contra Ellos</b></p>	<p>Ellos critican partidos y políticos que no reconocen la democracia en su plenitud / Nosotros respetamos, El PT miente como siempre, el PT ha hecho la peor legislatura de los últimos años, distancia entre PT y PSDB se mantendrá, con el PT el Brasil retrocedió, PSDB es el que ganó más elecciones en la segunda vuelta, PSDB ganará en Maceió (AL) y competirá en la segunda ronda en ocho capitales, Paul Bauer denuncia la estrategia de campaña electoral del PT en Santa Catarina, Alckmin refuerza la confianza en la victoria de Serra en Sao Paulo, Pagot revela los métodos de PT para aportar recursos públicos para campañas, Aécio y Lula definen elecciones, Lula ya no es importante en el ámbito internacional, miembros del PT no son demócratas, pero aparecen como de izquierda, el PT coexiste con la democracia, sin embargo coexiste con inquietud, Lula a veces se comporta como un jefe de partido, PT quiere controlar la prensa y el periódico placa blanca, Mensalão!!No se puede excluir el presidente y el PT de las quejas, Bloque de oposición reafirma unidad para el año 2010, oposición reitera solicitud de condena de Lula y Dilma Rousseff, Serra culpa Lula por distorsiones y Dilma cita números irreales, Programa de Dilma se centra en biografía y el de Serra en su origen popular.</p>
<p><b>14. Deporte</b></p>	<p>Sistema nacional de deporte, red olímpica nacional, copa del mundo, fábrica de ídolos del deporte, movimiento olímpico paulista, centro de excelencia de deportes,</p>
<p><b>15. Cultura</b></p>	<p>Cultura democrática,</p>
<p><b>16. Trabajo</b></p>	<p>Respetar el trabajo y los trabajadores, capacitación de trabajadores, emplea Brasil, Sistema SEBRAE, BNDES para los pequeños negocios,</p>
<p><b>17. Relaciones internacionales y Política internacional</b></p>	<p>Acuerdo entre los miembros del MERCOSUL, contrato con Israel, Venezuela, Integración regional y el MERCOSUL.</p>
<p><b>18. Mejor condición de vida</b></p>	<p>Responsabilidad fiscal plena, Servicio público de calidad, Autonomía de las agencias reguladoras, Programa nacional de descentralización, Crédito habitacional, habitación digna, urbanización de las favelas,</p>
<p><b>19. Comercio exterior</b></p>	<p>Elevar las reservas, ser más agresivo en las conquistas del mercado, aumentar acuerdos de libre comercio, cuenta bancaria universal, Política externa con interés nacional, Fortalecimiento del CAMEX,</p>
<p><b>20. Elección 2010</b></p>	<p>Sistema electoral mayoritario en las capitales, el nordeste y la seca, Serra intenta ganar votos en el Nordeste, obras del PAC es una farsa, Serra y Aécio amplian alianza en las elecciones de 2010, elecciones y crisis, discurso de Serra, fotos de campañas políticas de candidatos, debates políticos, violación del secreto bancario, Sérgio Guerra quiere explicaciones sobre bloqueo telefónico en PSDB, escándalos: nueva cosecha de</p>

	irregularidades,
<b>21. El Estado</b>	Cultivar la austeridad fiscal, oír la voz de los necesitados, mujeres, servir al pueblo y no a partidos políticos, unir la nación, <i>Contra el Nosotros contra Ellos</i> , contra la división de brasileños, apoyar la unión de las 4 regiones del país, la libertad de prensa no debe ser intimidada ni presionada por el Estado, como también cercada por partidos o movimientos organizados,

**Tabla 19: Análisis II de la Agenda Política del PSDB en Números (1ª Vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Familia, historia de vida, creencia, necesidad y deseo	<b>57</b>
<b>2</b>	Economía	<b>9</b>
<b>3</b>	Política Local, Regional y Nacional.	<b>23</b>
<b>4</b>	Social	<b>23</b>
<b>5</b>	Infraestructura	<b>32</b>
<b>6</b>	Salud	<b>25</b>
<b>7</b>	Educación	<b>21</b>
<b>8</b>	Derechos humanos	<b>1</b>
<b>9</b>	Seguridad	<b>12</b>
<b>10</b>	Democracia, Socialización de bienes culturales	<b>4</b>
<b>11</b>	Ciencia, Desarrollo y Tecnología	<b>23</b>
<b>12</b>	Medio Ambiente	<b>19</b>
<b>13</b>	Nosotros/ Ellos	<b>26</b>
<b>14</b>	Deporte	<b>6</b>
<b>15</b>	Cultura	<b>1</b>
<b>16</b>	Trabajo	<b>6</b>
<b>17</b>	Relaciones Internacionales y Política Internacional	<b>5</b>
<b>18</b>	Mejor Condición de Vida	<b>7</b>
<b>19</b>	Comercio Exterior	<b>6</b>
<b>20</b>	Elecciones 2010	<b>13</b>
<b>21</b>	El Estado	<b>11</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>330</b>

**Gráfico 7: Análisis III, de la Agenda Política del PSDB en Porcentaje (1ª Vuelta)**



Los documentos analizados del PSDB – Partido de la Social Democracia Brasileña, los cuales forman su agenda política (1ª Vuelta) muestran con claridad que el tema predominante en las elecciones presidenciales de 2010 no fue ningún tema político y sí familia, historia de vida, creencia, necesidad y deseo. Esa categoría fue formada por 57 componentes y llegó al 17%, como muestra el gráfico 7. Esos componentes fueron en su mayoría formados por terminos como: fe, esperanza, amor, Dios, como también, personas comunes, personas simples, honestas, verdaderas. Otros términos propuestos por esa categoría fueron; creer en la democracia y en los derechos humanos, como también, tener una casa propia. El segundo tópico más importante de la agenda del PSDB (1ª Vuelta) fue la Infraestructura, alcanzando la suma de 32 componentes y 10 puntos porcentuales. Se observamos en la tabla 16, donde se trata de las 5 regiones brasileñas, todas ellas traen cuestiones de infraestructura, como: manutención y construcción de grandes obras. Observando la tabla 15 se puede ver tópicos como: la implantación de un ministerio de logística, modernización de los puertos, expansión del sector aéreo y manutención de carreteras y trenes para todo el Brasil. De acuerdo con el grafico 7 las categorías, Nosotros / Ellos y Salud alcanzaron la media de 8%, sumando entre las dos categorías 51 componentes. Y, a pesar que el candidato para la presidencia del PSDB, José Serra es profesional del área de la Salud, esa categoría se quedó con un punto menos que la Nosotros/Ellos en números de componentes.

Las categorías: Ciencia, Desarrollo y Tecnología, Social y Política Local, Regional y Nacional se quedaron todos con 23 componentes y sumando cada uno 7 puntos porcentuales. Se observa que en muchos de los componentes, el PSDB utilizó de sus espacios para criticar la gestión política del PT, como se puede ver en la categoría Política Local, Regional y Nacional, con los ejemplos: “la marca del PT es el ‘Mensalão’, política social para el norte y nordeste, el peligro de una reelección ilimitada”. En el apartado Social, el candidato busca mostrar varios proyectos sociales, como bolsa familia y el sistema único de salud. Ciencia, Desarrollo y Tecnología también constituye punto importante en la agenda política del PSDB. Podemos afirmar que esa categoría forma parte del tercer bloque más importante de la campaña política 2010 del PSDB. Temas como: investigación científica, parque tecnológico, democracia

digital, polos regionales de desarrollo y modernización de la agricultura nos muestran que una de las preocupaciones del candidato es modernizar el país.

Los puntos menos expresivos fueron: Cultura y Derechos Humanos con 0% y Democracia, Socialización de bienes culturales con 1%. También podemos llamar la atención para las categorías: Deporte, Comercio Exterior, Trabajo, Mejor Condición de Vida y Relaciones Internacionales y Política Internacional, todos sacaron un 2%. Otros asuntos que también tuvieron una baja expresividad en esas elecciones fueron: Economía y Estado con 3% y Seguridad y Elecciones con 4%. Podemos concluir que asuntos importantes, como: Derechos Humanos, Economía y Democracia, Socialización de Bienes Culturales dejaron de ser tratados en la (1ª Vuelta) de las elecciones 2010 dando lugar a temas superfluos como: Biografía, Ideas, deseos, Familia pobre (padre, madre y hermanos), infancia, adolescencia, movimiento estudiantil.

## **2ª Vuelta (11.10.2010 y 30.10.2010)**

### **➤ El Sitio oficial del Partido PSDB – [www.psdb.org.br](http://www.psdb.org.br)**

Como fue presentado en el apartado del PT, el análisis de esa página web sigue las mismas fechas de los telediarios, o sea, tres semanas, entre el día 11.10.2010 y 30.10.2010 (segunda vuelta). Dentro de esa página se buscó observar los temas publicados por la: Radio PSDB, Noticias Impresas, Galería de Fotos, Artículos y Elecciones 2010.

**Tabla 20: Sitio oficial del Partido PSDB (2ª Vuelta)**

<b>Formatos</b>	<b>Temas</b>
<b>Radio: Entrevistas colectiva, reportaje, debate.</b>	El nordeste y la seca, Política social para norte y nordeste, Reducto de Lula fortalece la oposición en norte y nordeste, La marca del PT es el ‘Mensalão’, Salud pública no deberá ser meta del PT, Serra intenta ganar votos en el Nordeste, Obras del PAC es una farsa, Quiebra del sigilo fiscal, Crimen Organizado, Serra y Aécio amplían alianza en las elecciones 2010, El PT miente como siempre, Fórum de mujer del PSDB se reúne en Brasilia, Elecciones y crisis, PT ha hecho la peor legislatura de los últimos tiempo, El peligro de una reelección ilimitada, Distancia entre PT y PSDB se mantendrá.

<b>Fotos: Galería, video-foto, acervos fotográficos.</b>	Foto del ex presidente FHC, Discurso de Serra, Acervo de conferencias de Partidos, Fotos de campañas políticas de candidatos, Fotos del congreso, Fotos de propagandas políticas a presidente y gobernador de São Paulo. Fotos de los líderes del partido (Sergio Guerra, FHC, Serra), Debates políticos,
<b>Artículos: Columna.</b>	El nordeste se desvanece, el análisis de ITV, Con el PT Brasil retrocedió, PSDB es el que ganó más elecciones en la segunda vuelta, PSDB ganará en Maceió (AL) y competirá en la segunda ronda en ocho capitales, Paul Bauer denuncia la estrategia de campaña electoral del PT en Santa Catarina, Alckmin refuerza la confianza en la victoria de Serra en Sao Paulo, Pagot revela los métodos de PT para aportar recursos públicos para campañas, Aécio y Lula definen elecciones.
<b>Elecciones 2010: Debates, entrevistas</b>	La reforma electoral es aprobada con sugerencias PSDB, Lula ya no es importante en el ámbito internacional, Creer y perseverar, PSDB celebra un seminario para discutir la reforma política, violación del secreto bancario, La familia de Serra, Miembros del PT no son demócratas, pero aparecen como de izquierda, El PT coexiste con la democracia, sin embargo coexiste con inquietud, Lula as veces se comporta como un jefe de partido.
<b>Noticias Impresas: Reportajes, artículos opiniones.</b>	Cerca de 14 millones de familias están súper endeudadas en Brasil, Sérgio Guerra quiere explicaciones sobre bloqueo telefónico en PSDB, PT quiere controlar la prensa y el periódico placa blanca, ¡Mensalão! No se puede excluir el presidente y el PT de las quejas, Serra está a favor del fortalecimiento de la Zona Franca, Bloque de oposición reafirma unidad para el año 2010, Oposición reitera solicitud de condena de Lula y Dilma Rousseff, Escándalos: nueva cosecha de irregularidades, Serra culpa Lula por distorsiones y Dilma cita números irreales, Programa de Dilma se centra en biografía y el de Serra en sus origen popular.

**Tabla 21: Análisis I de la Agenda Política del PSDB (2ª Vuelta)**

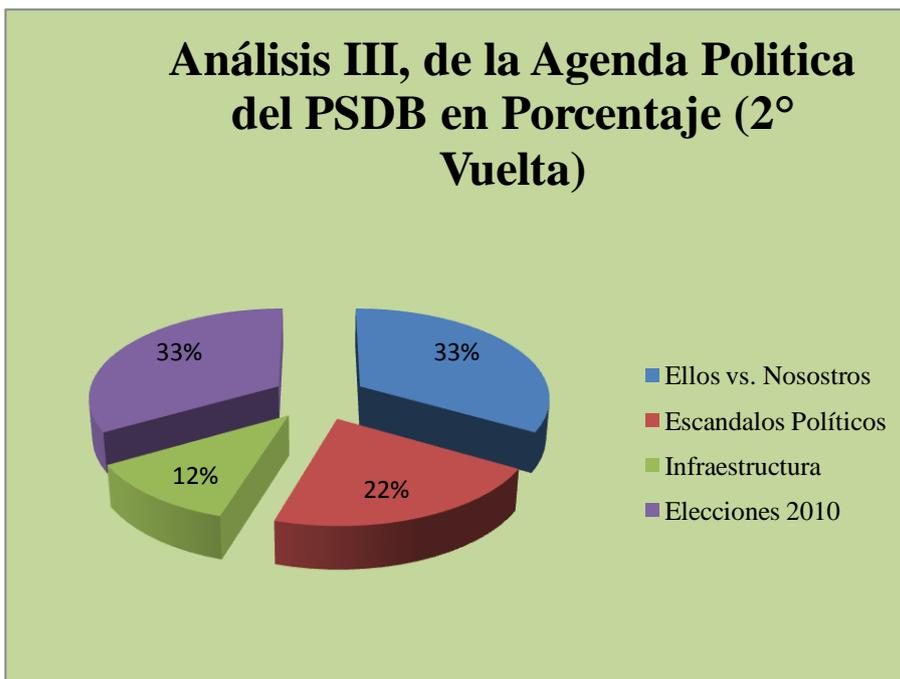
<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1. Ellos contra Nosotros</b>	PT ha hecho la peor legislatura de los últimos tiempos; Distancia entre PT y PSDB se mantendrá; Con el PT Brasil retrocedió; PSDB es el que ganó más elecciones en la segunda vuelta; PSDB ganará en Maceió (AL) y competirá en la segunda ronda en ocho capitales; Aécio y Lula definen elecciones; Lula ya no es importante en el ámbito internacional; La familia de Serra; Miembros del PT no son demócratas, pero aparecen como de izquierda; El PT coexiste con la democracia, sin embargo coexiste con inquietud; Lula as veces se comporta como un jefe de partido; Cerca de 14 millones de familias están súper endeudadas en Brasil; No se puede excluir el presidente y el PT de las quejas; Oposición reitera solicitud de condena de

	Lula y Dilma Rousseff; Programa de Dilma se centra en biografía y el de Serra en sus origen popular
<b>2. Escándalos Políticos</b>	Escándalos: nueva cosecha de irregularidades; Serra culpa Lula por distorsiones y Dilma cita números irreales; La marca del PT es el 'Mensalão'; Quiebra del sigilo fiscal; Crimen Organizado; Paul Bauer denuncia la estrategia de campaña electoral del PT en Santa Catarina; Pagot revela los métodos de PT para aportar recursos públicos para campañas; violación del secreto bancario; Sérgio Guerra quiere explicaciones sobre bloqueo telefónico en PSDB; ¡Mensalão!
<b>3. Infraestructura</b>	El nordeste y la seca; Política social para norte y nordeste; Obras del PAC es una farsa; El nordeste se desvanece; Serra está a favor del fortalecimiento de la Zona Franca;
<b>4. Elecciones 2010</b>	Alckmin refuerza la confianza en la victoria de Serra en Sao Paulo; Reducto de Lula fortalece la oposición en norte y nordeste; Salud pública no deberá ser meta del PT; Serra intenta ganar votos en el Nordeste; Serra y Aecio amplían alianza en las elecciones 2010; El PT miente como siempre; Elecciones y crisis; Fórum de mujer del PSDB se reúne en Brasilia; El peligro de una reelección ilimitada; Discurso de Serra; La reforma electoral es aprobada con sugerencias PSDB; PSDB celebra un seminario para discutir la reforma política; PT quiere controlar la prensa y el periódico placa blanca; Bloque de oposición reafirma unidad para el año 2010

**Tabla 22: Análisis II de la Agenda Política del PSDB en Números (2ª Vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Ellos contra Nosostros	<b>14</b>
<b>2</b>	Escándalos Políticos	<b>9</b>
<b>3</b>	Infraestructura	<b>5</b>
<b>4</b>	Elecciones 2010	<b>14</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

**Gráfico 8: Análisis III, de la Agenda Política del PSDB en Porcentaje (2ª Vuelta)**



Los temas publicados por la agenda política del PSDB en la 2ª vuelta se puede decir que fue una pequeña réplica de la 1ª vuelta en una escala menor. Observando el análisis de las agendas en las tablas 21 y 22, se concluye que la categoría Ellos contra nosotros fue mucho más importante que la categoría Infraestructura, que por su vez, fue la menor en número de componentes, es decir, sacó apenas 5 de un total de 42, mientras que la primera y la última sacaron 14 puntos, o sea, 66 puntos porcentuales en conjunto. Mirando aún la tabla 21 se observa que los temas sobre escándalos políticos tampoco alcanzó en números de componentes (tabla 22) los temas electorales de 2010, es decir, temas directamente ligados a las elecciones, como: la reforma electoral es aprobada con sugerencias PSDB; PSDB celebra un seminario para discutir la reforma política fueron más importantes que los escándalos políticos del momento. En números porcentuales, infraestructura y escándalos políticos se quedaron con 12 puntos.

#### **4.4. Agenda Periodística del *Jornal Nacional***

El trabajo mediático fue destacado en las elecciones de 2010. Autores como: Flora Neves, Carvalho y Dines (2011) afirman que hubo una evolución en la forma mediática de tratar los temas políticos en Brasil. Para ellos, en 2002 la cobertura estuvo centrada

en las propuestas y debates económicos. En 2006 el enfoque fue dirigido a las denuncias envolviendo gobierno y diputados. En ese mismo año, la Red Globo lanza el proyecto, ‘Caravana do JN’, que de acuerdo con (BONNER, 2009: 35),

[...] en aquel año de elecciones, el equipo estaba compuesto por 22 personas que tenía el objetivo de viajar por todo el Brasil en un autobús para oír lo que los brasileños esperaban que se resuelva en sus regiones. En la región norte el proyecto contaba con un barco. El reportero Pedro Bial, juntamente con su equipo, contó en reportajes diarios, ‘los deseos de Brasil’. De 15 en 15 días la ‘Caravana do JN’ era presentado desde alguna ciudad en diversas regiones.

El noticiero ha hecho reportajes especiales para presentar el propio trabajo desempeñado por la ‘Caravana do JN’. El *Motorhome*, como era conocido el barco, junto con los bastidores externos trabajaban en equipo dando ‘oportunidad’ para que el público, presente en el local, pudiera verse en la TV en el día siguiente. En las presentaciones externas del JN el público ‘participaba’ como en el gran hermano. Para la Red Globo, el ‘Caravana do JN’ fue tecnológicamente el mayor proyecto desarrollado para una elección. “La prueba de que la Red Globo esta muy bien estructurada, es que no solo fuimos premiados por ese trabajo, sino también ya realizamos el mismo trabajo de una forma menor, sin problemas, dos veces.” (BONNER, 2009: 35).

En la tesis doctoral de Flora Neves (2007), la autora trae un testimonio del periodista Rodrigo Vianna<sup>128</sup>, el cual trabajó en la cobertura política de las elecciones de 2006. El mismo habla de su decepción en la forma como, el proyecto ‘Caravana do JN’ fue conducido.

Nosotros nos sorprendimos en la forma en que el proyecto fue conducido, porque hicimos un gran esfuerzo para intentar mostrar que el periodismo televisivo no es un show y sí periodismo. Pero a la hora de presentar las materias periodísticas-políticas se elige un personaje que está vinculado a

---

<sup>128</sup> Rodrigo Vianna, trabajó para la Globo de 1995 a 2006, actualmente trabaja para la Red Record. <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OII311111-EI6584,00.html>. Acceso en: 2.12.2012

la línea de shows de la emisora, que es el Big Brother. [...] En mi opinión, la cobertura que fue hecha, privilegió una línea más de entretenimiento que de una discusión efectiva de la política. (VIENNA *apud* FLORA NEVES, 2007: 98).

La propuesta de la ‘Caravana do JN’ suscitó muchas críticas. El columnista de la revista, *Carta Capital*, Laurindo Lalo Leal Filho<sup>129</sup> en su artículo, “Lo que el pueblo brasileño va a ver por la noche” habla sobre la lealtad, coherencia y fidelidad periodística con el proyecto de JN y cuáles son las reales intenciones de los directores de la Globo. Él afirma que los productores eligieron lugares muy pobres con el objetivo de observar muy de cerca el desempeño de los proyectos sociales, y en ese caso, evaluar el gobierno del presidente Lula.

Ya en 2010 la Red Globo innovó con el cuadro JN no Ar una versión más audaz que la anterior, que tuvo su inicio en la noche de 23 de agosto de ese mismo año, donde fue utilizado un avión, estilo Falcon 2000 de fabricación francesa, el cual voló 55 horas, 400 ciudades, 26 provincias y la capital – Brasilia en las últimas cinco semanas antes de las elecciones (1ª Vuelta). El tema central de ese proyecto era: “La democracia vuela con las alas de la información”.<sup>130</sup> Antes de cada reportaje, el televidente veía una ‘radiografía’ de la provincia, hecha con base en datos de investigaciones conducidas por institutos renombrados, como; IBGE. Durante el periodo de propaganda electoral, los partidos políticos publicaron diversos tipos de *spot*, donde mostraban sus hechos, al mismo tiempo que el lado negativo de los adversarios. Con eso, el objetivo del ‘JN no Ar’ era confrontar la propaganda política con la realidad del *Jornal Nacional*.

Según el reportero, Ernesto Paglia, responsable por el equipo en el aire, “en el cuadro, ‘JN no Ar’, el noticiero de la Globo, *Jornal Nacional* realizaba en cada edición una

---

<sup>129</sup> Autor del libro: A TV sob controle – A resposta da sociedade ao poder da televisão. São Paulo, Summus Editorial, 2006. Sociólogo, periodista y profesor de Periodismo de la Escuela de Comunicación y Arte -USP

<sup>130</sup> Mismo el análisis de la agenda periodística del *Jornal Nacional* ocurriendo entre las fechas; 13.9 a 2.10 y 11.10 a 30.10 se hace necesario mostrar parte de la agenda producida antes de ese periodo analizado para poder entender cómo fue conducida la elección presidencial 2010 por parte del noticiero, *Jornal Nacional*. Para eso se puede ver en las próximas paginas proyecto, como: JN no Ar, análisis de entrevistas hechas en el grupo del noticiero con los candidatos a la presidencia de la república brasileña y debates políticos.

especie de redada periodística, con la intención de verificar las conquistas y males del llamado ‘profundo Brasil’” (VEJA, 15 septiembre, 2010). En esa misma entrevista, Bonner explica que el *Jornal Nacional* encontró en los viajes aéreos una forma de mostrar con más vigor el contraste del país y que el reportero, Paglia podría con más rapidez sobrevolar varias regiones en pocas horas.

La rapidez del desplazamiento trabaja a favor del periodismo: agarra de sorpresa a las autoridades locales y ellos no tienen tiempo de ocultar la realidad. El avión es nuestra vacuna contra el maquillaje de los hechos. Y aún con las grandes diferencias regionales, los problemas son semejantes de norte a sur y de este a oeste. (BONNER, VEJA, 15 septiembre, 2010).

Por los lugares, donde pasó el ‘JN no Ar’ el equipo flagró, hospitales públicos inoperantes, carreteras en malas condiciones, falta de saneamiento básico, obras por terminar y una alta tasa de analfabetismo. El día 10 de septiembre de 2010, el reportero, Ernesto Paglia explica para el *Jornal Nacional en vivo* de Guarapari – Espírito Santo, región Sudeste de Brasil, que aún cuando la ciudad tiene más de 100.000 habitantes y recibe más de 600.000 turistas en el periodo de alta temporada la ciudad no tiene infraestructura adecuada. En el reportaje, el reportero dejó claro que, la ciudad cuenta apenas con 69 cuartos de hospitales privados en convenio con el Estado, pero ninguno es para la emergencia.

El ‘JN no Ar’ tenía el mismo objetivo del proyecto anterior, o sea, mostrar *in loco* lo que las ciudades necesitaban en materia de saneamiento básico, salud, educación, transportes, los hechos de los candidatos, como también un poco de la cultura brasileña. Para el profesor y sociólogo, Breno Augusto Souto Maior Fontes (12.12.2010)<sup>131</sup> de UFPE- Universidade Federal de Pernambuco, el control mediático sobre la política es algo común en el período político. “Claro que la intención de la Red Globo es hacer un control de los hechos del PT, sin importar que para eso, hagan ciertos encuadramientos periodísticos que vengan a valorizar ciertos partidos y candidatos”.

---

<sup>131</sup> Entrevistado en Recife, 12.de Diciembre de 2010.

Otro aspecto importante de las análisis de la agenda periodística del *Jornal Nacional* en las elecciones 2010 fueron las entrevistas, en la primera vuelta con los presidenciables, Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) y Plinio de Arruda Sampaio (PSOL) en el estudio del noticiero.<sup>132</sup> La primera entrevistada fue la candidata del PT. Las entrevistas fueron conducidas por William Bonner y Fátima Bernardes y debían durar 12 minutos, pero la primera ya terminó con 12 minutos 19 segundos. El cuarto bloque del noticiero fue abierto por el conductor, Bonner diciendo que:

Nosotros vamos a abordar aquí temas polémicos de las candidaturas y también vamos a confrontar los candidatos con sus realizaciones en cargos políticos. Está claro que no es posible agotar todos los temas en una única entrevista, pero en las próximas semanas, los candidatos estarán también en otros noticieros como: Bom dia Brasil y el Jornal da Globo<sup>133</sup>.  
(BONNER, *Jornal Nacional*, 9. Agosto de 2010.

Las entrevistas fueron intercaladas entre los dos conductores. En total fueron hechas 21 preguntas, de las cuales 14 fueron formuladas por Bonner y siete por Bernardes. Entre las siete primeras preguntas, ya podíamos afirmar de que lado estaba la Red Globo y principalmente el *Jornal Nacional* en las elecciones de 2010.

Conductor Bonner (JN, 9. Agosto de 2010):

- Señora Dilma, su nombre como candidata del PT a la presidencia fue indicado directamente por el presidente Lula, él no oculta eso a nadie. Hubo algunas críticas sobre la medida autoritaria, por no haber oído las bases políticas del PT. Por otro lado, la señora no tiene ninguna experiencia electoral hasta el momento. ¿Usted se considera preparada para gobernar Brasil lejos del presidente Lula?

Conductor Bonner (JN, 9. Agosto de 2010):

- Su relación con el presidente Lula es muy afín. Junto a eso, el hecho de que Usted no tiene experiencia y sea nombrada por Lula, de alguna manera, ¿no

---

<sup>132</sup> Por el trabajo tratar apenas de los partidos políticos PT y PSDB, apenas serán referenciados en ese apartado los presidenciables, Dilma Rousseff y José Serra.

<sup>133</sup> Todos estos noticieros son de la misma Red (Globo).

*piensa que eso podría hacer que los votantes vean al presidente como un tutor de su gobierno, en caso ser electa?*

Conductora Bernardes (JN, 9. Agosto de 2010):

- *Algunos críticos, o sea, muchos críticos* y algunos hasta aliados del PT, hablan de que *Usted tiene un temperamento difícil*. Lo que esperamos de un presidente es que él, entre otras cosas sea capaz de hacer alianzas, de negociar, que tenga habilidad política para hacer acuerdos. *¿Usted de qué forma pretende controlar su difícil temperamento y que este no interfiera en su gobierno,* en caso ser electa?

Conductora Bernardes (JN, 9. Agosto de 2010):

- Usted no habló directamente de escarmentar, pero *tal vez sea su forma de comportarse*. El propio presidente Lula en una ceremonia para nombramiento de ministros, llegó a afirmar que era *natural recibir quejas contra Usted*, pero él recibió en su oficina varias personas, colegas, ex ministros, ministros que se quejaban que *Usted los maltrataba*.

Conductor Bonner (JN, 9. Agosto de 2010):

- *¿El presidente habló de maltratar no es así, candidata?*

Conductor Bonner (JN, 9. Agosto de 2010):

- *¡¡No candidata!! El presidente sí habló. Usted perdone, pero su discurso está disponible. ¡¡Él así lo dijo!! Las personas decían que fueron maltratadas por usted*. Pero bueno, no nos vamos quedar en esa cuestión hasta el final de la entrevista, ya que tenemos otros temas más importantes como, alianzas políticas por ejemplo.

En el inicio de la entrevista se nota una cierta agresividad por parte de los conductores en relación a candidata del PT, por desear que ella tome como verdadera alguna postura negativa. La afirmación de Bonner en la primera pregunta, juntamente con la reafirmación en la segunda, busca persuadir al televidente de que Dilma en realidad no tiene ninguna experiencia administrativa. Por otro lado, la candidata responde con claridad que:

Yo considero que tengo suficiente experiencia administrativa.  
Fui la primera secretaria municipal de Hacienda, fui dos veces

secretaria de energía de la provincia del Rio Grande del Sur, ministra de Minas y Energía, ministra de Gabinete– el segundo cargo más importante en la jerarquía del gobierno federal. Entonces me considero preparada para gobernar el país. Es más que eso, yo tengo experiencia. Yo conozco Brasil de punta a punta. Conozco los problemas del gobierno brasileño. (DILMA, JN, 9. Agosto de 2010).

Las críticas y los insultos a la candidata no pararon. Los conductores viendo que Dilma podría defenderse, buscaron asociar su nombre a personajes políticos con pasados tenebrosos, como: el diputado nacional, Jader Barbalho y el senador, Renan Calheiros (Mensalão), Familia Sarney (Corrupción y Tráfico de Divisas) y el ex presidente, Collor de Mello (*Impeachment*). Para Bonner y Bernardes, el PT consideraba todas esas figuras políticas como oligarcas y que en el momento electoral se unían, como coalición política.

Con ocho minutos de entrevista, Bonner cambia el tema para el desempeño y realizaciones del gobierno en el área económica y saneamiento básico.

Conductor Bonner (JN, 9. Agosto de 2010):

- *¡Vamos! ¡Vamos candidata! Vamos a aprovechar el tiempo de la mejor forma posible.* El gobierno festeja, conmemora buenos hechos en el área económica, pero lo que nosotros observamos es que cuando se hace una comparación del crecimiento entre Brasil con países vecinos, como: Uruguay, Argentina, Bolivia y con los BRICS – los llamados países emergentes, como: India, China, Rusia, el crecimiento de Brasil es siempre el menor entre todos ellos, ¿por qué?

Conductora Bernardes (JN, 9. Agosto de 2010):

- *Candidata, vamos hablar un poco de otro problema,* que es el saneamiento básico. Según datos del IBGE, el saneamiento básico en Brasil antes del gobierno Lula era de 46,4%, ya en el gobierno del PT saltó al 53,2%, un aumento pequeño de apenas 1 punto porcentual al año. ¿Por qué un resultado tan pobre en una área que es muy importante para la población?

Analizando las 21 preguntas se puede afirmar que entre ellas, 12 fueron direccionadas a cuestiones personales y de cuño negativo como: la relación entre Dilma, PT y Lula. De las restantes se puede decir, que también fueron negativas, pero estaban relacionadas con el crecimiento económico y saneamiento básico.

La entrevista de José Serra fue marcada en el tercer bloque del noticiero y tuvo la duración de 12 minutos y 29 segundos, 10 segundos más que la de Dilma Rousseff. El candidato del PSDB fue entrevistado en el estudio del *Jornal Nacional* en el día 11 de Agosto de 2010. La entrevista también fue conducida por Bonner y Bernardes. En total fueron hechas 28 preguntas, de las cuales 16 por William y 12 por Fátima, o sea, siete a más que a la candidata del PT.

El tono agresivo de los conductores visto en la primera entrevista fue suavizado por elogios y análisis de un buen comportamiento personal del candidato. Hasta los temas más polémicos fueron tratados de forma amigables por los conductores, dejando un margen a los televidentes de que había una mayor aceptabilidad a ese candidato por parte de la emisora, Red Globo. La comparación, *nosotros contra ellos*, también ha formado parte de la agenda periodística del *Jornal Nacional*.

Conductor Bonner (JN, 11. Agosto de 2010):

- Desde el inicio de esa campaña *usted ha procurado evitar críticas al presidente Lula. Usted piensa que... Y en algunos casos ha hecho elogios a él. ¿Usted piensa que esa es la postura correcta que el votante espera de un candidato de oposición?*

Conductor Bonner (JN, 11. Agosto de 2010):

- *¿Usted evalúa el riesgo que corre con esa postura, por ser interpretada como miedo de tener que enfrentar la alta popularidad del presidente Lula?*

Conductora Bernardes (JN, 11. Agosto de 2010):

- Usted insiste que el votante haga una comparación de las biografías de los candidatos. *¿Por qué Usted evita una comparación entre los hechos del gobierno actual y el gobierno anterior?*

Conductor Bonner (JN, 11. Agosto de 2010):

- Candidato vamos a una cuestión... Usted me permite por favor para que nosotros podamos hablar mejor. En esta elección hay algunas contradicciones muy claras en las alianzas formadas por los dos partidos [PT y PSDB] que viene polarizando las elecciones presidenciales en los últimos 16 años, ¿sí? El PT está aliado a desafectos históricos. Su partido, el PSDB está al lado del PTB, un partido envuelto en el escándalo político – Mensalão petista. El escándalo incluso fue investigado y condenado por su partido. Entonces la pregunta es la siguiente: ¿El PSDB se perdió cuando condenó el PTB, o está perdido ahora por aliarse a ese partido?

Conductora Bernardes (JN, 11. Agosto de 2010):

- ¡Candidato! Usted destaca mucho su experiencia política y 18 días después de su oficialización como candidato a presidente, usted oficializa el nombre del diputado nacional, Índio da Costa como su vice, levantando algunas críticas y siendo nombrado como: centralizador. ¿Usted considera que el diputado nacional, Índio da Costa está preparado para ejercer la función de vice–presidente, una función tan importante?

Conductor Bonner (JN, 11. Agosto de 2010):

- Candidato, me gustaría hablar un poquito sobre su actuación en el gobierno de São Paulo, ya que su partido está hace ya 16 años. ¡Candidato! Usted tiene el hábito de criticar el modelo de concesión de carreteras federales. Por otro lado, los usuarios, muchos usuarios de las carreteras estatales de São Paulo que están bajo concesión se quejan del precio y de la frecuencia con que son obligados a parar para el peaje. ¿Ustedes piensan instalar ese modelo de concesión en las carreteras de todo Brasil?

Dentro de las categorías propuestas por el Doxa Iuperje, podemos clasificar la entrevista de Serra como fría, o sea, variando entre el Positivo y Neutro. Los 10 primeros minutos de la entrevista fueron apenas intercambios de elogios y consejos por parte de los conductores para el candidato. Desde la primera pregunta, Bonner busca enfatizar la experiencia política demostrada por Serra. Ya los temas políticos abordados en la entrevista fueron: infraestructura y manutención de carreteras federales y alianza política del PSDB con el PTB. Hasta temas polémicos como: centralización del poder

y gasto del dinero público por parte del candidato quedaron ofuscados por el tiempo y debates superficiales.

En la segunda vuelta (3 a 31 de octubre de 2010), la Red Globo preparó más entrevistas en el grupo del noticiero con los dos candidatos, Dilma Rousseff y José Serra. Las entrevistas fueron vehiculadas en los días (18 y 19 de octubre de 2010) y tenía la duración de 10 minutos, más un minuto de tolerancia, como también un debate (29 de octubre de 2010) para que los candidatos tengan la posibilidad de convencer al televidente/elector de sus propuestas de gobierno. Dilma fue una vez más, la primera entrevistada en el noticiero, *Jornal Nacional*.

En la segunda vuelta, tres temas fueron tratados de forma neutral en la entrevista: Aborto, el caso Erenice Guerra con sus tráficos de influencias y escándalos políticos y por último, las relaciones políticas de Dilma (PT) con el diputado nacional, Ciro Gomes (PSB). Sobre el aborto. Bonner pregunta a Dilma que si, acaso ella hubiera tenido esa posición, o si, ella hubiese sido más clara con relación al tema, las elecciones hubieran sido resueltas en la primera vuelta.

Conductor Bonner (JN, 18. Octubre de 2010):

- Candidata, Después de una gran polémica sobre el aborto, lo que Usted ha hecho en algunas entrevistas, en revistas como: *Marie Claire* y en el periódico, *Folha de São Paulo* fue afirmar que era favorable al cambio de la legislación para que se legalice el aborto. ¿No hubiera sido más natural en un país tolerante como es el nuestro que usted admitiera públicamente el cambio de opinión sobre el tema?

Ya Fátima, enfatiza que el gran problema de que las elecciones no sean resueltas en la primera vuelta fue el tema del escándalo político que implicó la sustitución de Dilma en el ministerio de Gabinete, Erenice Guerra con su tráfico de influencias.

Conductora Bernardes (18. Octubre de 2010):

- Los institutos de encuestas atribuyen al caso Erenice Guerra como el hecho por el cual las elecciones fueron resueltas en la segunda vuelta. En un momento usted llegó a afirmar que todas las denuncias eran ‘hechos contruidos’, después

usted misma ha reconocido que su asesora ha fallado. La cuestión es la siguiente: ¿cómo eso ha sucedido en un ministerio que usted ha comandado y qué garantías usted ofrece al elector de que ese error no va a repetirse, de ser electa?

Por último, también se habló sobre la relación política de Dilma y el diputado nacional, Ciro Gomes, el cual siempre expresó en público que el candidato del PSDB tenía más condiciones de ser presidente de Brasil que la candidata del PT.

Conductor Bonner (JN, 18. Octubre de 2010):

- Candidata, por favor, permítame hacerle una pregunta, pero ahora sobre la campaña electoral. El diputado nacional, Ciro Gomes afirmó en entrevistas que José Serra estaba más preparado que usted para asumir la presidencia de Brasil y que su vice, Michel Temer (PMDB) formaba parte de un conglomerado de ladrones. Mi pregunta es: ¿fue su equipo que buscó ayuda de Ciro Gomes o él ha ofrecido ayuda a su campaña?

En total, la entrevista de la candidata del PT, Dilma Rousseff llegó a 11 minutos y 45 segundos.

La entrevista del candidato del PSDB, José Serra, en el segundo día en el grupo del *Jornal Nacional* fue marcada por temas polémicos, como: religión, aborto, relaciones políticas, nepotismo y por último economía. La entrevista siguió el mismo patrón de la primera con 10 minutos y un minuto más para las consideraciones finales. El tema central, podemos afirmar que fue: política *contra* religión. Una mezcla complicada, como afirma la conductora, Fátima Bernardes.

Conductora Bernardes (JN, 19. Octubre de 2010):

- Candidato, una mezcla entre religión y política normalmente en ningún lugar funciona. Su campaña viene explotando ciertas posiciones de la candidata del PT, como por ejemplo en relación al aborto. Esa mezcla, política y religión, ¿no debería ser evitada? Conductora Bernardes (JN, 19. Octubre de 2010):
- Pero candidato, su campaña viene vehiculada, hablado intensamente de Dios, ha mostrado imágenes de misas, de cultos religiosos. Cuestiones como aborto, hasta casamiento entre homosexuales ¿no deberían recibir un tratamiento de

políticas públicas en vez de un enfoque religioso? ¿Eso no contribuye a un retroceso en el debate político?

Conductor Bonner (JN, 19. Octubre de 2010):

- Candidato, cuando usted fue gobernador de São Paulo, el director de la Dersa<sup>134</sup> era Paulo de Souza, conocido como Paulo Preto. El mismo que fue acusado de haber recogido ilegalmente dinero para la campaña política del PSDB y haberse quedado con la “plata”. El hecho fue desmentido por el PSDB y por usted, pero antes de ser desmentido, Paulo Preto fue al periódico, *Folha de São Paulo* y afirmó que: no se deja un líder herido en la calle. ¿Qué es lo que quiso decir con esa frase?

Conductor Bonner (JN, 19. Octubre de 2010):

- ¿Candidato! Paulo Preto tenía un cargo estratégico en su gobierno, usted contrató a su hija incluso dos veces, tanto en el municipio, como en el gobierno de São Paulo. O sea, esa relación con parientes, ¿no configura un nepotismo dentro de su gobierno?

Conductor Bonner (JN, 19. Octubre de 2010):

- Candidato con relación a la economía. Usted ha prometido cosas grandiosas, como: sueldo mínimo de 600 reales, aumento de 10% para los jubilados, 13° sueldo para programas sociales, como ‘bolsa familia’. ¿Esas propuestas no ponen en riesgo la estabilidad económica?

Conductora Bernardes (JN, 19. Octubre de 2010):

- Pero, candidato si eso es posible, si las cuentas son viables como usted está diciendo, ¿por qué no se hizo nada hasta el momento?

Analizando la entrevista del candidato del PSDB en la segunda vuelta se ve muy claro un cambio de postura por parte de los conductores. Los temas polémicos abordados en el noticiero, como: aborto, nepotismo, relaciones políticas y religión tuvieron más de nueve minutos de duración y todos reflejaron una connotación negativa. Hasta el tema economía, que agarró al candidato de sorpresa, dando una respuesta, no tan convincente a los televidentes. “Yo he hecho esas propuestas, por creer que son fundamentales desde un punto de vista social” (SERRA, JN 19. Octubre de 2010).

---

<sup>134</sup> Empresa Estatal que trabaja con grandes obras e infraestructuras de carreteras.

Dos días antes de la segunda vuelta (29.10.2010), la Red Globo preparó el ‘Debate Político’ con duración de 1 hora y 30 minutos entre los dos candidatos. El debate fue dividido en tres partes. Los temas debatidos fueron: salud, educación, medio ambiente, políticas sociales, seguridad social, inversión en infraestructura, políticas económicas, agricultura, saneamiento, política externa, corrupción, transportes, desempleo, seguridad, viviendas, funcionalismo público, impuestos, legislación laboral y energía.

La gran novedad de ese debate fue el clima más ‘caliente’ entre los candidatos, en comparación con otras confrontaciones. Movidos por la aproximación del día de las elecciones y por los resultados de las encuestas<sup>135</sup> los candidatos empezaron el programa insultándose. En varios momentos los candidatos acusaron a su adversario de mentiroso y de distorsionar los datos y la información con objetivos electorales.

Para el debate tener un perfil ping-pong, donde una persona pregunta y la otra responde, llegó un momento que fueron solo insultos contra insultos. Yo me acuerdo de una pregunta de una electora sobre la Transnordestina y la Transposición del Río São Francisco, donde Serra habló que esas acciones eran apenas propagandas políticas del gobierno Lula y que él se comprometía a hacerla. Ya Dilma fue enfática, cuando la pregunta fue sobre corrupción. Ella empezó hablando sobre los escándalos políticos desde la época de FHC, hasta los 4 millones de reales que fue desviado de la campaña del PSDB, por Paulo Viera de Souza, el Paulo Preto. (MONTENEGRO FILHO, entrevista, São Paulo 12.12.2011).

Para el Doxa ([www.doxa.iuperj.br](http://www.doxa.iuperj.br))<sup>136</sup> que ha hecho el acompañamiento a los candidatos en las entrevistas y debates en el periodo electoral de 2010, el tema central fue Seguridad Pública, Escándalos Políticos y Corrupción.

---

<sup>135</sup> Según, encuesta del Datafolha (29.10.2010), Dilma Rousseff llegaría en el día de las elecciones con 55% y José Serra con 45%.

<sup>136</sup> El Doxa-Iuperj hace acompañamiento de varios medios de comunicación y no apenas de de la televisión.

## 4.5. La muestra

### ➤ Primera Vuelta

Como fue propuesto en la introducción, la tesis tiene como objetivo analizar la fase más caliente de la elección. El primer periodo analizado es: 13/9/2010 a 2/10/2010, es decir, las tres últimas semanas de la primera vuelta, que corresponde a 18 ediciones del *Jornal Nacional*, 13 horas y 30 minutos o 810 minutos. Esta fecha fue un periodo marcado por agresiones entre los candidatos en los medios de comunicación y en las encuestas diarias. En este periodo, Dilma Rousseff permaneció en primer lugar con 47% de las intenciones de voto y José Serra con 36%.<sup>137</sup> La tabla a seguir muestra el número de los noticieros vehiculados, como también de los analizados y análisis de las noticias.

**Tabla 23: Noticieros y porcentuales de la muestra 1ª y 2ª vuelta 2010**

	<b>1ª Vuelta</b>	<b>2ª Vuelta</b>	<b>Total</b>
<b>Noticieros vehiculados</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>
<b>Noticieros Analizados</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>
<b>Numero de Noticias</b>	<b>92</b>	<b>56</b>	<b>148</b>

### ➤ Presentación de los Datos

En relación a los años anteriores, el noticiero, *Jornal Nacional* presentó, en 2010 algunas características diferentes. Las noticias periodísticas tuvieron un tiempo más largo en relación a 2006 y 2002<sup>138</sup>. El enfoque fue para las noticias de política sociales, política gubernamental – inversión en infraestructura y corrupción, como: ‘El caso, Erenice Guerra’. El informativo JN, pasó a ser formulado mezclando noticias actuales con noticias frías<sup>139</sup> y noticias de impactos con noticias ligeras.

Con la cobertura de las elecciones, el informativo buscó mostrar la agenda diaria de los candidatos en las calles. Los candidatos a vice prácticamente no fueron presentados,

---

<sup>137</sup> Véanse las intenciones de voto en las instituciones de encuestas como: Voxpopoli, Datafolha y IBOPE. (13.9.2010). De acuerdo con algunas instituciones, el porcentaje cambia en 2 puntos porcentuales para más o para menos.

<sup>138</sup> Comparar tiempo de noticias 2002 y 2006 en Flora Neves (2008: 168).

<sup>139</sup> Noticias frías, son noticias que no pierden la actualidad del hecho. Este tipo de noticias es preparada y guardada para ser publicada en cualquier oportunidad.

como también las(os) compañeras(os) de los candidatos, como era comunes en 2002. En el noticiero de 14.9.2010 se puede tener en cuenta como era formulado el informativo.

***Jornal Nacional 14.9.2010***

**Conductores:** William Bonner / Fátima Bernardes

8 portadas – 4 por el primer conductor y 4 por el segundo

**I Bloque: 20:00**

- JN no Ar descubrió en la ciudad de Joinville una fuerte cultura alemana. Esta ciudad también tiene una baja tasa de mortalidad en relación a Brasil y es mayor que la capital, Santa Catarina. Esta ciudad tiene una fuerte industria metalúrgica y tiene la única escuela rusa de Ballet.

**Término: 20:05**

**II Bloque: 20:07**

- Después de un año de cárcel en Irán está libre la americana.
- Israelíes y palestinos terminan ronda de conversaciones sin mayores positivizaciones.
- Congreso en Francia prohíbe el uso del velo árabe en espacios públicos.
- Servicios secretos francés hace escuchas ilegales.
- La policía civil de São Paulo salió del caso “secreto fiscal”, el cual se queda con la policía federal.
- Antonio Carlos Datella afirma ser inocente.
- El ministro de Hacienda, Guido Mantega pone medidas para aumentar el secreto sobre los datos de contribuyentes.

**Término: 20:13**

**III Bloque: 20:14**

- Hoy fue pedido el Impeachment del gobierno del Amapá.
- Israel Guerra será investigado por la CGU – Contraloría general de la unión. La PF – policía federal investiga el tráfico de influencias del hijo de la ministra de Gabinete – Erenice Guerra.

**Término: 20:18**

**IV Bloque: 20:20**

- Dilma Rousseff afirma que la justicia está investigando el Gabinete y que no se siente afectada por la investigación de la CGU- Contraloría de la Unión.

- Marina Silva dice que Brasil paga por retroceso y que las acusaciones sobre los escándalos políticos deben ser aclarados y pasados para la sociedad.
- José Serra en Pará apoya la ampliación de saneamiento básico.
- Plinio de Arruda Sampaio hace campaña política en Brasilia y aprovecha para visitar la OAB y apoyar la reforma política.

**Término: 20:24**

**V Bloque: 20:26**

- Disminuyó el número de personas que padecen hambre en el mundo.
- Un gran periodista muere hoy, fundador de la ABRT – Asociación Brasileña de Radio y Televisión.
- Meteorología
- Deporte
- Tenis
- Fútbol

**Término: 20:29**

Faltando tres semanas para el final de la primera vuelta, periodo en que fue analizado este noticiero, se observa una exhibición más asidua de encuestas. El JN pasó a divulgarlas inicialmente cada 15 días, después a cada tres y dos días. En el III bloque del noticiero, en el día 16.9.2010 ya se observaba las puntuaciones de las encuestas. El Datafolha vehiculó que Dilma Rousseff vencería su adversario, José Serra con una diferencia de 24 puntos, caso las elecciones hubiera sido en esta fecha.

Dilma Rousseff 51 puntos

José Serra 27 puntos

Marina Silva 11 puntos. (DATAFOLHA, JN: 16.9.2010).

El instituto de encuesta, Voxpopoli también especuló una probable puntuación para la segunda vuelta: Dilma Rousseff - 57 puntos y José Serra - 35 puntos. (VOXPOPOLI, JN: 16.9.2010). Otro punto importante analizado en el JN fueron las noticias negativas sobre economía y escándalos políticos que tuvieron mayores incidencias después de la incursión del horario electoral en el final de Agosto. Los temas más comunes eran:

desempleo, aumento de impuestos, discrepancia en el valor del sueldo, y el caso Erenice Guerra.

La tabla 24 revela que la candidata del PT tuvo una mayor participación en el noticiero, que el candidato del PSDB. De acuerdo con los criterios citados en la metodología, toda vez que el candidato es evidenciado o relacionado en la noticia, aunque no aparezca su imagen, o que no ha dado entrevista, es contada una evaluación. Fue por medio de este criterio que se verificó una mayor visibilidad para Dilma bien superior que para Serra, es decir, casi dos presencias por noticiero para Rousseff en relación a Serra. En estas inserciones, no llevamos todavía en cuenta las noticias en vivo, solamente las noticias cubiertas por imágenes, reportajes o entrevistas. De acuerdo con los números descritos en la tabla a seguir se observa que Dilma Rouseff tuvo 61 momentos en los noticieros analizados, casi el doble del segundo candidato.

**Tabla 24: Número y Tiempo de Noticias por Candidatos - 1<sup>oa</sup> Vuelta**

<b>Candidatos</b>	<b>N° de Materias</b>	<b>Porcentual del Total</b>	<b>Tiempo de Materias</b>
<b>Rousseff</b>	<b>61</b>	<b>66,30%</b>	<b>63min. 5seg.</b>
<b>Serra</b>	<b>31</b>	<b>33,70%</b>	<b>11min. 39seg.</b>
<b>Total de Noticias</b>	<b>92</b>		

Los reportajes, entrevistas o noticias cubiertas que presentaban el nombre o relacionaban la candidata Dilma, representaron casi el 67% del total de las noticias y el tiempo de exhibición también fue elevado, con casi 81% del tiempo total de las materias periodísticas. Los tiempos computados fueron referenciados a reportajes con enfoque sobre el mismo tema, aunque sea presentado por diferentes reporteros. En el inicio de septiembre ya se podría ver materias muy negativas en relación al gobierno.

### **1.9.2010**

El noticiero del día 1.9.2010 salía al aire con un reportaje hecho por el ‘JN no Ar’, mostrando la falta de estructura en las rutas en la ciudad de Feijó – Acre, norte del

Brasil, causando daño al flujo de la fruta, *açaí*. En el mismo reportaje, también fue mostrada una precaria situación de los indígenas, la contaminación con los blancos y una falta de estructura en las aldeas. En el II bloque, el noticiero, *Jornal Nacional* siempre reserva el tiempo para la noticias internacionales, pero en medio de tantos escándalos políticos, una noticia de casi 3 minutos fue vehiculada con el título, “el organismo tributario federal afirma que había un balcón de compras y ventas de datos en la ciudad de Mauá – São Paulo”. La materia periodística se refería a la compra de dossier por parte de los políticos del PT, contra políticos del Partido Social Democrático Brasileño, el candidato del PSDB, José Serra y sus familiares. Todas las materias relacionaban, la candidata presidencial, Dilma Rousseff o el partido de los trabajadores, PT. Aun cuando no se presentaban imágenes o usaba discursos de la candidata.

**Tabla 25: Número y Tiempo del Discurso por Candidatos 1ª Vuelta**

<b>Candidato</b>	<b>Materias</b>	<b>Discursos</b>	<b>% del número en las materias por candidato</b>	<b>Tiempo de los discursos</b>	<b>% Tiempo total no discurso por el tiempo total del discurso.</b>
<b>Rousseff</b>	<b>61</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>4m 10s</b>	<b>39</b>
<b>Serra</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>84</b>	<b>6m30s</b>	<b>61</b>
<b>Total</b>	<b>92</b>				

El número de discursos exhibido en la tabla 25 demuestra el total desequilibrio entre los candidatos Serra y Dilma, es decir, que a través de la lectura de la tabla se puede concluir que el candidato del PSDB tuvo más visibilidad en la Red Globo, que la candidata del PT. A ejemplo de las noticias, se percibe una ventaja de Dilma, en relación a Serra, donde la candidata tuvo su nombre en 61 materias, pero dio entrevistas en apenas 18% de estas. Al contrario que su adversario, donde él fue nombrado en 31 materias, de las cuales dio entrevistas en 84% de estas.

**Tabla 26: Evaluación de las Noticias por candidatos 1ª Vuelta**

<b>Candidatos</b>	<b>Evaluación de las Materias Periodísticas</b>					
	<b>Positiva</b>		<b>Negativa</b>		<b>Neutra</b>	
<b>Rousseff</b>	<b>10</b>	<b>16,39</b>	<b>43</b>	<b>70,49</b>	<b>8</b>	<b>13,11</b>
<b>Serra</b>	<b>23</b>	<b>74,19</b>	<b>2</b>	<b>6,45</b>	<b>6</b>	<b>19,35</b>

Dilma tuvo un periodo muy malo, con 43 evaluaciones negativas contra apenas 2 de Serra. El mismo desequilibrio también se puede ver en las positivas, pues el candidato del PSDB tuvo más del doble que la candidata del PT. En relación a las neutras, se percibe una pequeña ventaja de la candidata del PT, sobre Serra con dos noticias neutras a más. La investigación apunta una construcción desfavorable de la escena electoral por parte del *Jornal Nacional* en la primera vuelta. Esta unilateralidad queda muy evidente en la interpretación de los resultados exhibido en la tabla anterior.

A partir del día 13 de septiembre los editores empezaron a insertar en el informativo noticias sobre denuncias envolviendo directamente al partido del gobierno. Fueron producidos reportajes con el mínimo de 1 minuto 30 segundos, hasta 7 minutos sobre las denuncias. El noticiero publicaba el mínimo de dos noticias por edición y los editores llegaron a producir apenas una portada para varios reportajes sobre el mismo asunto, repitiendo las imágenes, pero buscando siempre enfoques diferentes. El noticiero empezó a ser pautado por denuncias, sobre el caso Erenice Guerra y dejó de lado noticias importantes como: temas económicos y hasta el juicio sobre la ley de la ‘ficha limpia’. Hubo días que las denuncias llegaron casi a 80% del noticiero.

Los editores pusieron en la narrativa periodística vocabulario usado en cierto grado de intimidad o en programas policiales. Con eso crearon en 15 días rótulos, como hicieron también en las elecciones de 2006. Los conductores y reporteros ya no hablaban, “presidente Dilma” y si ‘Dilma’, ‘los amigos de Dilma’, ‘mafia del congreso’, ‘centro de escándalos’, ‘submundo del crimen’, ‘emisarios del PT’. Las coberturas periodísticas también cambiaron su pronunciamiento hacia personas que estaban supuestamente envueltas al PT, estas fueron llamadas de “Petistas”, las vinculadas a otros partidos de la coligación eran llamadas de empresarias. Las noticias negativas para la candidata del PT empezaron con la denuncia sobre el Gabinete y por parte del candidato del PSDB, las noticias negativas empezaron de una forma muy sutil, con la denuncia de la contratación de la hija de Paulo Preto en la ciudad de São Paulo.

### **14.9.2010**

En el según noticiero del periodo analizado (14.9.2010) se observó todavía, una de las materias, la cual podemos clasificar de **positiva** para la candidata del PT. La materia se refería a la serie ‘Deseo de Brasil’ producida por el JN no Ar. Esta materia tenía más de tres minutos. El reportero destacó la multiculturalidad de la ciudad de Joinville, donde ha mostrado la única filial de la escuela rusa del Ballet Bochoi, como también la baja tasa de mortalidad en relación a Brasil. Por último el reportero enfatizó la fuerte industria metalúrgica de esta ciudad y el incentivo fiscal dado por el gobierno federal para mantener el número de trabajadores en las empresas automovilísticas. En esta misma fecha el *Jornal Nacional* presentó tres noticias negativas contra la candidata del PT.

En el segundo bloque, cuatro minutos fueron reservados para hablar sobre el secreto fiscal, donde están envueltos varios integrantes del partido de los trabajadores en la compra de un *dossier* sobre la vida privada de políticos, el candidato del PSDB a presidencia y su familia. En el mismo bloque, y todavía sobre este mismo tema, el reportero muestra la fragilidad del sistema de datos de los contribuyentes y cuáles son las medidas adoptadas por el ministro de Hacienda, Guido Mantega para mejora el secreto fiscal. Otra noticia considerada negativa para la candidata del PT está en el tercero bloque, donde el noticiero afirma que Israel Guerra, hijo de la ministra de Gabinete, Erenice Guerra será investigado por la Policía Federal por tráfico de influencias. La noticia tuvo aproximadamente cinco minutos. El texto enfatiza palabras como, “supuestos favorecimientos” y “falta de responsabilidad en elegir una auxiliar”

En el cuadro del día a día de los candidatos en el IV bloque, el JN, buscó las críticas de los otros candidatos sobre la presidencia en relación a: reforma política, saneamiento básico y el caso ‘Erenice Guerra’. Este bloque tuvo cuatro minutos de durabilidad.

### **16.9.2010**

El JN del día 16.9.2010 puede ser resumido apenas por evaluación **negativa** para el PT y para Dilma Rousseff, a empezar por las portadas. De las 8 pronunciadas por los conductores 50% de estas fueron negativas. En el primer bloque fue vehiculada la

principal materia, preparada por el cuadro 'JN no Ar' sobre la ciudad de Tefé en la Amazonia. Como he informado en el apartado anterior, "Agenda Periodística del *Jornal Nacional*", el reportero, Ernesto Paglia explica que la función de este cuadro es ofrecer una especie de redada periodística. Para Souto Maior Fontes (2010) es una forma de control de la emisora sobre la política, como también una valorización de algunos políticos y partidos, debido el encuadramiento periodístico dado por la empresa de comunicación.

Este reportaje muestra el índice de 71% de analfabetismo en esta ciudad, ratio de mortalidad de niños, donde de cada 1000 niños 21 mueren. La ciudad de Tefé sufre con racionamiento de energía, conocida como *black out* 80. Su energía es de aceite, es decir, cara y contaminante. Aun Tefé siendo la quinta mayor ciudad de la Amazonia no tiene puerto y el único *Pier* de la ciudad no funciona debido la falta de agua - seca. Otro problema de la ciudad es la falta de médicos brasileños. Como afirma Paglia, "Con la falta de médicos brasileños en esta ciudad, se abre la posibilidad para médicos bolivianos y peruanos sin registros en Brasil." (PAGLIA, JN no Ar, 16.9.2010). La materia contabilizó cinco minutos.

Sobre el caso Erenice Guerra, el noticiero del sábado, 16.9.2010 tuvo el total de siete noticias negativas, sumando 10 minutos y 33 segundos. El IV bloque fue destinado a tratar sobre la caída de la ministra de Gabinete, sobre su familia y el motivo que llevó Dilma a poner otro nuevo ministro. La edición del V bloque que trata del día de los candidatos también trajo cuatro noticias negativas sobre la caída de la ministra. En la noticia sobre el día a día de Serra, el informativo trae no sólo informaciones del candidato sobre el tema, Erenice Guerra, sino también una entrevista con Álvaro Días, líder del PSDB en la Cámara del Senado.

**Conductor:** Las denuncias hechas por la revista, *Veja* y el periódico, *Folha de São Paulo* resultó en la salida de la ministra de Gabinete, Erenice Guerra.

**José Serra:** Ustedes discúlpennme [los reporteros] pero yo no voy entrar en detalles sobre lo ocurrido, espero solamente una

investigación sería sobre el caso. Los detalles los dejo en las manos del PDSB.

**Álvaro Días:** yo pienso que esto es muy poco, el Gobierno quiere ocultar algo mucho peor. El tema es grave, hubo un gran escándalo, un escándalo de corrupción en el Gabinete del Gobierno y no basta un simple hecho de censura. Esto no sustituye la investigación en curso y debe haber una conclusión y nosotros tenemos que exigir penas severas y ejemplares.

**Reportero:** ¡Pero la salida de la ministra está siendo divulgada por el PT como algo que debe ser evitado y no como algo que debe ser investigado profundamente!

**Álvaro Días:** Esta postura del Gobierno es insuficiente. Así, cuando afirmamos que el Gobierno envía para apreciación determinados hechos a sus propios cuadros o a gente de sus confianzas, es lo mismo que poner ‘cabras a mirar su propia huerta’.

En este mismo bloque Dilma afirma que la salida de Erenice Guerra es algo muy importante para el desarrollo de las investigaciones.

### **18.9.2010**

El sábado, para los noticieros puede ser considerado días de materias frías y ligeras. La edición es programada con noticias producidas durante la semana, informaciones que llegan de agencias internacionales de noticias, algunos minutos de seriedad para mantener el perfil del informativo y algo de entretenimiento, ya que es fin de semana y el público busca informaciones más *light*. El *Jornal Nacional* empieza su cambio ya con los conductores. El sábado muchas veces, los conductores de este noticiero son cambiados por dos reporteros experimentados como: Marcio Gomes y Renata Vasconcellos o Eraldo Pereira y Chico Pinheiro.

Durante la durabilidad del noticiero, apenas una noticia con dos minutos en el III bloque trató directamente del caso, Erenice Guerra. El reportero evidenció que tanto la Policía

Federal, como el Tribunal de Cuentas de la Unión continuarían con la investigación del hijo de la ex ministra de Gabinete, Israel Guerra. El IV bloque, con sus cuatro minutos, el cual trata del día a día de los candidatos, los temas tratados por José Serra fueron: enfocó su propia campaña electoral en el Estado del Río de Janeiro y aprovechando el tiempo, el candidato habló sobre las denuncias de los funcionarios del Gabinete, el escándalo del *Mensalão*, tráfico de influencias, compras ilegales de medicamentos por el ministerio de la salud con influencia del Gabinete. La candidata del Partido Verde, Marina Silva también habló de las nuevas denuncias.

En el tiempo que correspondía a candidata del PT, los editores formularon un pequeño debate entre, Dilma, el procurador del ministerio público, responsable por el TCU - Tribunal de Cuenta de la Unión, Marinos Mársico y el ministro de la salud, José Gomes Temporão.

**Conductor:** La candidata del PT, Dilma volvió a rebatir este sábado las denuncias hechas por la revista, *Veja* sobre tráfico de influencias dentro del Gabinete en la época que era ministra. Dilma también comentó la propuesta del senador, Álvaro Días (PSDB) de enviar en el próximo lunes, día (20) un requerimiento a la comisión de la constitución y justicia para que la candidata sea invitada a aclarar las denuncias.

**Dilma Rousseff:** Esto es una tentativa del senador Álvaro Días para crear un ‘Hecho’. Este parlamentario intenta sistemáticamente interrumpir las elecciones. Yo ya fui acusada por varios hechos, ¡pero una invitación del senador Álvaro Días, no acepto ni para tomar un café!

**Mársico:** Por la sucesión de indicios podemos observar que realmente hay tráfico de influencias, porque es muy difícil que cada hecho de estos sea sólo una coincidencia.

**Conductor:** Todavía en este sábado, en la ciudad de Río de Janeiro, el ministro de Salud, José Gomes Temporão, negó las acusaciones de irregularidad en la adquisición de medicamento y afirmó aun que el Gabinete no tuvo participación en la

negociación, pero aun así, ha pedido una investigación por parte de la Policía Federal.

**Temporão:** Todo el proceso de adquisición de los medicamentos fue hecho directamente entre el Ministerio de Salud y el único laboratorio productor del medicamento en el mundo. El Gabinete no tuvo ninguna interferencia en este proceso, ninguna participación.

Todavía en este bloque fue mostrada Dilma participando de una manifestación pública en la ciudad-satélite de Ceilândia a 30 kilómetros del centro de Brasilia – Capital. El restante tiempo de este bloque, fue dedicado a otros presidenciables como: Levi Fideles (PTRB), en visita al comercio del barrio Seara, en la provincia del Río de Janeiro, como también, Rui Pimenta (PCO), el cual defendía las 35 horas de trabajo semanal.

En esta fecha (18.9.2010), el noticiero publicitó en gran parte del tiempo noticias con informaciones internacionales, meteorología, deporte, noticias regionales y las portadas de la revista electrónica “Fantástico” que es presentada al domingo. Otro punto importante que debe ser observado en la edición de este y de futuros informativos, es la escasa información sobre el “polémico” presidenciable del PSOL, Plinio de Arruda Sampaio y la incursión de noticias sobre los candidatos de los partidos, PTRB y PCO.

### **21.9.2010**

En el día 21 de septiembre el *Jornal Nacional* salió con apenas 4 portadas, entre las cuales están una sobre el caso Erenice Guerra, una hablando sobre el proyecto JN no Ar, la penúltima trató del proceso de ley, ‘Ficha Limpia’ y la última sobre el día a día de los candidatos. Las cuatro tuvieron como, 32 segundos. El informativo tuvo apenas cuatro bloques y durabilidad de 27 minutos. William Bonner cambió completamente el aspecto de la presentación del informativo. Los textos fueron más agresivos.

La primera materia hablaba sobre la ciudad de São Gonçalo, la segunda mayor ciudad de la provincia de Río de Janeiro. La noticia traía testimonios de moradores afirmando que en la ciudad faltaba, seguridad, saneamiento básico y transporte público. De

acuerdo con datos de lo IBGE, apenas 20% de la ciudad tenía saneamiento. “La violencia es absurda, la única playa de la región está contaminada preocupando a la economía de la ciudad, en lugar de una mejor infraestructura, la población ganó una piscina<sup>140</sup>. (PAGLIA, JN 21.9.2010).

En el II bloque el reportaje sobre el proceso de la Ficha Limpia llegó a casi 6 minutos.

**Conductor:** Todavía no ha terminado el juicio de la ley “Ficha Limpia” en el Supremo Tribunal Federal. Los ministros han vuelto a discutir si hoy ella tiene valor para las elecciones de este año.

**Reportero:** El juicio ha vuelto a ser discutido con el voto del ministro, Dias Teofilo, él ha concordado con el relator del proceso, el ministro, Aires Brito, que la ley Ficha Limpia es constitucional, pero que la ley debe solamente entrar en vigor en el año de 2012. En caso de que sea de esta forma, es posible el ex senador de Brasilia, Joaquim Horis dispute al Gobierno del Distrito Federal. Él renunció al cargo de gobernador en 2007 para escapar de un proceso ruptura del decoro parlamentario. La ley establece que quién actúa de esta forma no puede candidatarse. Para los ministros Carmen Lucia, Joaquim Barbosa y Ricardo Lewandowski, la ley ya debe valer y para quién renuncia pierde el mandato y el derecho de candidatura.

El reportaje trae testimonios de otros ministros que componen la corte suprema y una noticia cubierta del reportero, Délis Ortiz con imágenes del congreso. El texto fue producido con palabras como, escándalos, negociaciones. Ortiz hacía referencia en su texto a políticos del PT y usaba la sigla del partido político, PT en tono descortés. Aun en este segundo bloque, dos noticias tratan directamente del caso Erenice Guerra. En la primera, la periodista, Claudia Bomtempo acompañó a la policía federal los testimonios de políticos y personas envueltas en el escándalo del Gabinete, siempre relacionando la ex ministra a la persona de Dilma Rousseff. Esta noticia ha servido como abertura para

---

<sup>140</sup> La palabra vehiculada en la nota es PISCINÃO, sinónimo de una piscina para personas de la periferia de Río de Janeiro.

el texto del reportero, Julio Mosquéra, que hablaba en vivo de la comisión de ética del congreso, donde integrantes del Gabinete testimoniaban sobre la explotación de la 'banda ancha' de Anatel, empresa a la cual, el ex marido de Erenice Guerra estaba vinculado. Las dos noticias al total llegaron a casi 4 minutos.

El III bloque fue muy corto y tenía sólo noticias direccionadas al deporte. En el último, el informativo traía como abertura una encuesta sobre lo que los brasileños pensaban en relación a las elecciones y la pregunta era: ¿Quién más gana con la política? El resultado de la encuesta era presentado conjuntamente con algunos hechos que ya habían sido vehiculados por los medios de comunicación. El órgano de encuesta, IBOPE, mostró que 13% de los brasileños ya habían cambiado su voto por algún favor, otros 21% de los votantes del nordeste hablaron que cambiarían su voto por un favor, ya 73% de los brasileños afirmó que quién gana con la política son los propios políticos.

Por último, nueve entre diez electores afirmó estar a favor de la ley ficha limpia. Para hacer una relación de la encuesta con la situación política del momento, los editores del JN montaban las imágenes entre los electores nordestinos y la situación de miseria vivida en algunas ciudades del interior del país, como también testimonios de algunos personajes, que ya habían cambiado sus votos por favores u objetos. La encuesta iba de encuentro con la noticia sobre el día a día de Dilma, donde la candidata del PT mostraba proyecto de infraestructura para el nordeste, en el área social y de producción.

### **28.9.2010**

El noticiero de este día tuvo 25 minutos y 42 segundos y fue prácticamente compuesto por el caso, Erenice Guerra. Las portadas tuvieron 21 segundos sobre el caso y 9 segundos sobre otros temas. El primer bloque del informativo tuvo 15 minutos y 59 segundos presentando 6 noticias sobre el caso del Gabinete de la Presidencia, sin tener en cuenta las noticias en vivo. El noticiero tuvo más 3 bloques, el primero con 3 minutos y 59 segundos, 2 minutos y 26 segundos y 2 minutos y 18 segundos. El total las noticias sobre el caso Erenice Guerra representaron 65% del noticiero. Además de las noticias sobre el Gabinete y la repercusión con los candidatos hubo apenas una noticia

sobre la encuesta del Datafolha<sup>141</sup>, el VT sobre la Meteorología, un reportaje sobre la ciudad de Paraíso – Tocantins en el JN no Ar y un bloque con noticias internacionales, incluso la liga de campeones europeos de fútbol. Es decir, fuera lo que es obligado por el noticiero: meteorología, JN no Ar y la encuesta, el informativo fue sobre las denuncias sobre la Gabinete de la Presidencia.

En las noticias del día 28, las informaciones fueron casi las mismas de los días anteriores, con eso se tornaron repetitivas juntamente con las imágenes, pero el enfoque que buscó el noticiero fue las personas vinculadas a la candidata, al presidente Lula o al PT, como: Antonio Pallocci, José Dirceu, Erenice Guerra, José Genuino, todos envueltos en escándalos políticos. Las noticias publicaron palabras como: “Amigos de la corte” y “vínculos estrechos” En abertura de una noticia, el conductor, William Bonner afirma que el Brasil está conociendo una lista de “personajes ocultos” de la política nacional. El encuadramiento del noticiero reveló una exageración en la cobertura de las noticias. De acuerdo con el articulista, Vlademir Safatle de la revista, *Carta Capital* ni durante todas las denuncias contra políticos, vehiculadas en 2005 y 2006, tales palabras fueron usadas con tanta furia.

### **30.9.2010**

En el día 30 de septiembre el noticiero tuvo algunas peculiaridades. En esta fecha fue vehiculado el último proyecto JN no Ar, la última propaganda electoral y el noticiero fue conducido por apenas un reportero, Fátima Bernardes. La Red Globo también promovía el debate electoral entre los candidatos a la presidencia conducido por William Bonner. El informativo contabilizó 28 minutos y 39 segundos y fue formado por cuatro bloques. Entre los temas diarios como: internacional, deporte, meteorología, encuesta y el JN no Ar estaban las noticias de política que controló casi 80% del noticiero. Todos los bloques presentaron noticias de política con enfoque en el caso Erenice Guerra, debate electoral y ficha limpia, restando 2 minutos en el último bloque para explicar las reglas del debate.

---

<sup>141</sup> En esta fecha el Datafolha publicó: 46 puntos para Dilma, 28 para Serra y 14 puntos para Marina.

El reportaje que abrió el noticiero fue el reportero Ernesto Paglia sobre las ciudades de Pelotas y Rio Grande, las dos en la provincia de Río Grande del Sur. En su texto, Paglia explicaba que la segunda ciudad tenía el mayor puerto del país y era de donde partía el mayor número de contenedores del país. El segundo bloque teniendo 4 minutos fue una mezcla de informaciones. El informativo trajo desde temas sobre el gobierno del Ecuador, Rafael Correa, meteorología, la muerte del actor americano, Toni Cartern y un reportaje sobre las análisis de los contratos y financiamientos del BNDES por parte del CGU para Erenice Guerra, sus hijos, hermanos, cuñadas y marido.

La conductora, Fátima Bernardes abrió la noticia dando créditos a los medios de comunicación, Revista *Veja* y *Folha de São Paulo* por la renuncia de Erenice Guerra al cargo de ministra del Gabinete. Con la sonrisa en los labios, la periodista explica que:

**Conductora:** cinco días después de que un reportaje de la revista *veja* pusiera a la ministra del Gabinete de la Presidencia como sospechosa de tráfico de influencias, Erenice Guerra entrega el cargo. Aun negando las acusaciones, ella no resiste a una denuncia más, esta vez publicada por el periódico, *Folha de São Paulo*.

**Reportero:** En el reportaje de hoy del periódico, *Folha de São Paulo*, Israel Guerra es acusado de pago de coimas para intermediar en un crédito en el BNDES [Banco Estatal]. La acusación es del consultor Rubnei Quicoli, que trabajó para la empresa EDRB, empresa que trabajaba produciendo proyecto de energía solar para el nordeste.

**Rubnei Quicoli:** la reunión con la ex secretaria y actual ministra del Gabinete, Erenice Guerra se ponía en situación de viabilizar el proyecto juntamente con la Chesf para el nordeste.

**Reportero:** El gobierno confirma la reunión, pero no confirma la presencia de Erenice.

El reportaje muestra documentos como: emails, contratos y fotos de Lula, juntamente con Dilma y Erenice, como también fotos de las empresas en cuestión. Lo que no se ve

en el reportaje es el otro lado de la noticia, es decir, no se escucha a Erenice, apenas testimonios contra la ex ministra. La Globo también muestra la repercusión del reportaje en la sociedad haciendo encuestas públicas en las calles de las ciudades de Río de Janeiro y São Paulo. Cinco noticias fueron presentadas en ese bloque, contabilizando 6 minutos, pero el reportaje sobre el caso Erenice Guerra ya llegaba en torno a 4 minutos y 29 segundos.

El tercer bloque con 4 minutos fue dedicado apenas a informaciones sobre el proceso de Ficha Limpia, sobre el TSE – Tribunal Superior Electoral explicando la importancia del voto y cuáles son los documentos que el votante debe tener en manos para votar. Todavía en este bloque, fueron publicadas las encuestas y el día a día de los candidatos. Ya, en el último bloque fueron publicadas las reglas del debate político que debería acontecer en esta noche, conducido por William Bonner.

### **2.10.2010**

El último día de análisis de la primera vuelta, es también el último noticiero antes de las elecciones. En este día, el informativo fue una especie de repetición del día anterior. Las noticias fueron casi las mismas, cambiando apenas algunos enfoques. Algo nuevo que se podía presentar fue la estadística de la empresa de encuesta, Datafolha que mostró que Dilma Rousseff llegaría a la primera vuelta con 47% de la intención de votos, Serra con 28 y Marina Silva con 14. Aun la candidata del PT con casi 20 puntos porceptuales delante del segundo candidato, el tono del conductor en la noticia era como si Serra todavía tuviera la chance de vencer las elecciones 2010 en la segunda vuelta.

La intención de los conductores se torna clara, cuando los mismos hablan del debate ocurrido la noche del día 30.9 (jueves) en la emisora Red Globo. La edición del debate lleva siempre el tono de que el candidato del PSDB es más preparado para asumir la presidencia del Brasil y que la figura de Dilma Rousseff está asociada a escándalos políticos.

**Tabla 27: Análisis I de la Agenda Periodística del *Jornal Nacional* (13.9.2010 a 2.10.2010) (1ª Vuelta)**

<b>Jornal Nacional</b>	<b>Actores políticos</b>	<b>Categorías – Temas</b>	<b>Componentes –Subtemas</b>
<b>Entrevistas 1ª. Vuelta</b>	<b>Dilma</b>	Aborto, Caso Erenice Guerra, Relaciones Política.	Tráfico de influencias; escándalos políticos; cambio de posición en relación al aborto; ¿cómo garantizar en su comando, en caso de que sea electa que el error ‘Erenice Guerra’ no se repita?;
	<b>Serra</b>	Religión, Aborto, Relaciones Políticas; Nepotismo, Política contra Religión y Economía.	Campaña política enfatiza mezcla entre política x religión; Campaña enfatiza el nombre de Dios, imágenes de misas, Aborto; Relaciones de Serra con el director de la Dersa, Paulo Preto; Usted contrató a su hijo incluso dos veces;
<b>Debate 1ª. Vuelta</b>	<b>Dilma</b>	Salud, educación, medio ambiente, políticas sociales, seguridad social, inversión en infraestructura,	Comparación entre Brasil y los BRICs y los países del Mercosur; Transnordestina; Transposición del Río São Francisco; Mensalão, Insulto; Aumento del sueldo mínimo; Relaciones Brasil – Mercosur – EU y África; Tasa de desempleo; Planes Sociales de construcción de casas populares; Construcciones de hidroeléctricas en norte de Brasil; Ajustes constitucionales en relación a cuestiones laborales; Preservación del medio ambiente, incentivo a estudiantes y mejorar plan de carrera de profesores de las universidades públicas.
	<b>Serra</b>	políticas económicas, agricultura, saneamiento, política externa, corrupción, transportes, desempleo, seguridad, viviendas, funcionalismo público, impuestos, legislación laboral y energía.	
<b>JN 1ª. Vuelta<sup>142</sup></b>	<b>Serra</b> <b>Contra</b>	Política, Política gubernamental, economía, social – aborto, y escándalos	Hospitales públicos inoperantes; carreteras en malas condiciones; falta de saneamiento básico; obras por terminar; alta tasa de analfabetismo; falta de atendimento médicos en hospitales públicos; Investigación en el Gabinete de la

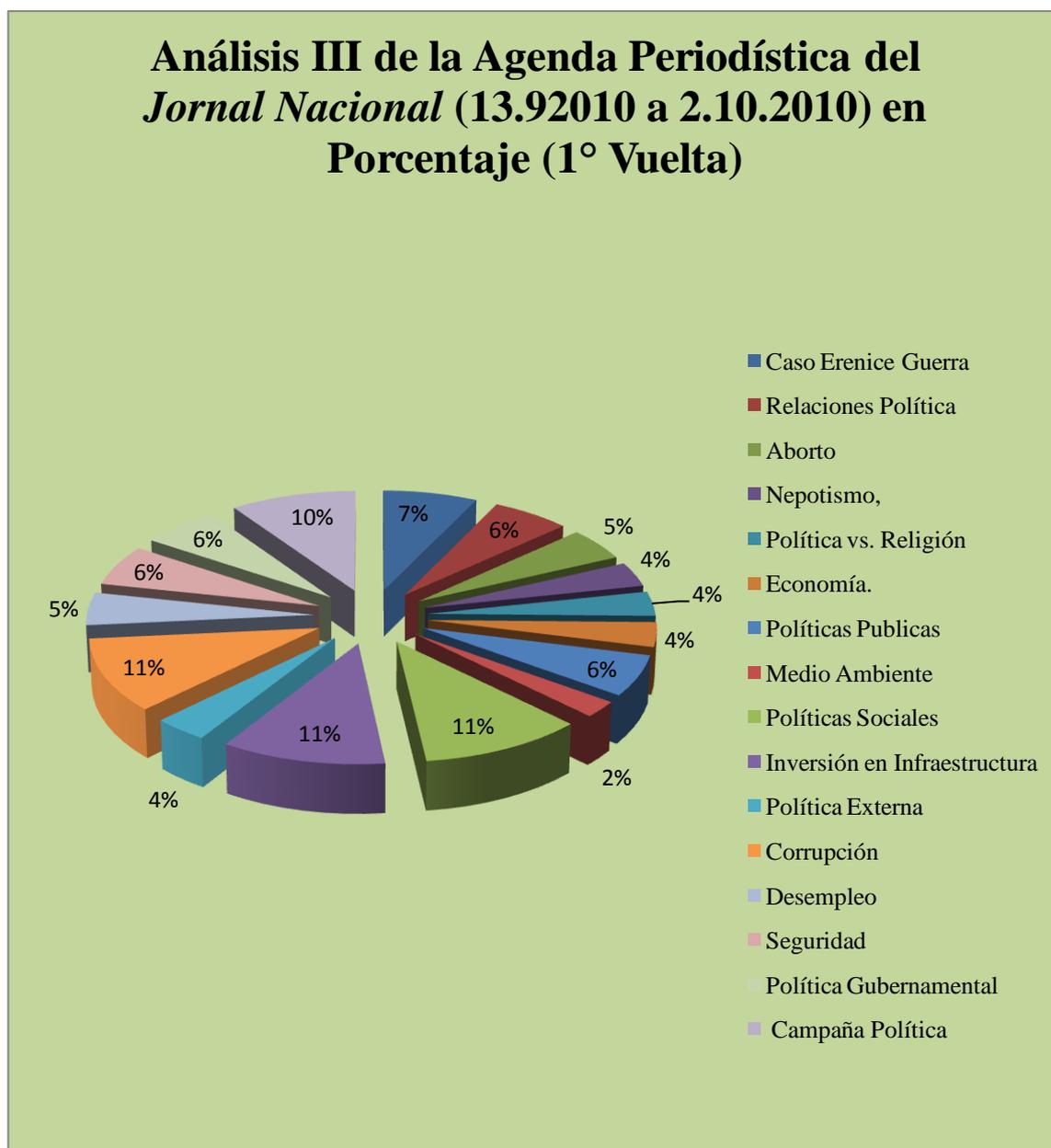
<sup>142</sup> Los temas más comunes en el noticiero este período eran: desempleo, aumento de impuestos, discrepancia en el valor del sueldo, problemas sociales y el caso Erenice Guerra. Temas importantes como juicio sobre la ley de la ‘ficha limpia’, dejó de ser vehiculado. Temas como meteorología, deporte, internacional, economía y salud fueron contabilizados, pero analizados fueron apenas los casos que tuvieron alguna relación directa con la elección 2010. Esta misma forma de evaluación ha servido, tanto para la primera, como para la segunda vuelta. .

	<b>Dilma</b>	políticos – Ernice Guerra, agenda de los candidatos; institutos de encuestas.	Presidencia; Aumenta el secreto sobre los datos de contribuyentes; Brasil paga por retroceso afirma Marina; Serra apoya la ampliación del saneamiento básico; Plinio visita la OAB en Brasilia; Encuestas; Compra de Dossie; Escándalo del organismo tributario; Denuncia contra el gobierno; Mafia del congreso; Submundo del Crimen; Petistas; Multiculturalidad; Secreto Fiscal; Mortalidad infantil; La caída de la ministra; TCU- Tribunal de Cuenta; Fantástico – Meteorología, deporte, Plinio de Arruda, el polémico, El proceso de la ficha limpia; Reglas del debate electoral; Aborto como problema de salud pública.
--	--------------	---	--

**Tabla 28: Análisis II de la Agenda Periodística del *Jornal Nacional* (13.9.2010 a 2.10.2010) en Números (1ª Vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Caso Erenice Guerra	<b>6</b>
<b>2</b>	Relaciones Política	<b>5</b>
<b>3</b>	Aborto	<b>4</b>
<b>4</b>	Nepotismo,	<b>3</b>
<b>5</b>	Política contra Religión	<b>3</b>
<b>6</b>	Economía.	<b>3</b>
<b>7</b>	Políticas Publicas	<b>5</b>
<b>8</b>	Medio Ambiente	<b>2</b>
<b>9</b>	Políticas Sociales	<b>9</b>
<b>10</b>	Inversión en Infraestructura	<b>9</b>
<b>11</b>	Política Externa	<b>3</b>
<b>12</b>	Corrupción	<b>9</b>
<b>13</b>	Desempleo	<b>4</b>
<b>14</b>	Seguridad	<b>5</b>
<b>15</b>	Política Gubernamental	<b>5</b>
<b>16</b>	Campaña Política	<b>8</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>83</b>

**Gráfico 9: Análisis III de la Agenda Periodística del *Jornal Nacional* (13.9.2010 a 2.10.2010) en Porcentaje (1ª Vuelta)**



El resultado del análisis del contenido en este periodo, 13.9.2010 a 2.10.2010, (1ª Vuelta) confirma que el noticiero fue enfático en transformar un hecho político en escándalo político. Para investigadores como: Alberto Dinis y Eugenio Bucci del observatorio de la prensa<sup>143</sup>, los medios ha hecho del caso “Erenice Guerra y el

<sup>143</sup>Véase: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>. Acceso en: 2.1.2013.

Gabinete” un verdadero escándalo. Para los investigadores los medios también intentó hacer lo mismo con el *dossier* contra el candidato del PSDB, tema este que motivó la construcción de noticias desde la mitad de la primera vuelta. La muestra revela que la cobertura persuasiva con textos unilaterales contribuyó, como también otras medias, para el resultado de las elecciones en primera vuelta. Pero en estos 15 días el elector ha cambiado su intención de voto, como también la candidata del PT tuvo que cambiar su estrategia de marketing y comunicación, perdiendo así electores, es decir, el suficiente para llevar las elecciones a la segunda vuelta. De acuerdo con la candidata del PT, la ida a la segunda vuelta, representa una maduración de la democracia.

En la tabla 28 se observa que las categorías; políticas sociales, infraestructura y corrupción sumaron un total de 27 componentes, es decir, 33% de la agenda periodística en la 1ª Vuelta. Temas relacionados a la campaña política como: salud, educación, medio ambiente alcanzaron 8 componentes y alcanzaron 10%. Otros temas clasificados como, según plano el la agenda fueron: el caso Erenice Guerra, relaciones políticas, políticas públicas, seguridad y política gubernamental, al total alcanzaron 26 componentes, es decir, 31% de la agenda.

#### ➤ **Segunda Vuelta (11.10.2010 a 30.10.2010)**

La investigación de la segunda vuelta en el periodo de 11.10.2010 a 30.10.2010 que corresponde a las tres últimas semanas, fueron analizados 18 ediciones del *Jornal Nacional*, es decir, 13,5 horas o 810 minutos. En esto periodo, es perceptible un poco de equilibrio entre los dos candidatos electos para la segunda vuelta: Dilma y Serra. La cobertura del *Jornal Nacional* fue fría, cuando comparada con el periodo analizado en la primera vuelta. Fueron pocas noticias sobre las elecciones. El JN publicó todos los días la agenda de los candidatos, y el enfoque político más frecuentes fue todavía; el escándalo político del “Gabinete” que está dentro de la categoría, relaciones políticas. Los temas ‘Aborto’, dentro de la categoría política sociales, inversiones en infraestructura y el ‘Dossier’ “fabricado” por integrantes del PT, también ganaron algunos minutos en el informativo. Se puede afirmar que el abordaje del noticiero fue superficial. En el último día analizado fueron publicadas apenas 4 noticias sobre las elecciones, incluyendo el día de los candidatos y el resultado de las encuestas.

➤ **Presentación de los Datos**

La tabla 21 demuestra una vez más la ventaja de la candidata del PT sobre José Serra, en relación al número de materias periodísticas. La diferencia entre los dos candidatos no fue tan grande como en la primera vuelta.

**Tabla 29: Número y Tiempo de Noticias por Candidatos (2ª Vuelta)**

<b>Candidatos</b>	<b>N° de Materias</b>	<b>Porcentual del Total</b>	<b>Tiempo de Materias</b>
<b>Rousseff</b>	<b>33</b>	<b>58,92</b>	<b>52min. 11seg.</b>
<b>Serra</b>	<b>23</b>	<b>41,07</b>	<b>32min. 23seg.</b>
<b>Total de Noticias</b>	<b>56</b>		<b>84min. 34seg</b>

Los números muestran que la diferencia fue de 10 noticias y cerca de 20 minutos a favor de Dilma Rousseff. Mirando la misma tabla del periodo anterior se observa que la candidata del partido de los trabajadores tuvo 52 minutos a más que el candidato del PSDB y en número de noticias fueron casi 50% más que el socialdemócrata. José Serra tuvo 11 discursos más que la candidata del PT, pero en representación de discurso (sonoras), de los casi 85 minutos de materias periodísticas fueron apenas 41 segundos destinados a Dilma Rousseff, es decir, menos de 2% del tiempo total de las materias, por otro lado, José Serra llegó a alcanzar la marca de los casi 3,5 segundos, es decir, 11, 23% del tiempo total de las materias.

De las 33 noticias que presentaron cualquier referencia a la candidatura de Dilma Rousseff, en sólo 3 ella dio entrevista. El candidato del PSDB habló en 14 de las 23 materias en que apareció, es decir, más de 60% de los hechos.

**Tabla 30: Número y Tiempo de Discursos por Candidatos (2ª Vuelta)**

<b>Candidato</b>	<b>Materias</b>	<b>Discursos</b>	<b>% del número en las materias por candidato</b>	<b>Tiempo de los discursos</b>	<b>% Tiempo total de las materias por tiempo de discursos</b>
<b>Rousseff</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>9,09</b>	<b>41 seg.</b>	<b>1,40</b>

<b>Serra</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>60,86</b>	<b>3min 24seg.</b>	<b>11,23</b>
<b>Total</b>	<b>56</b>				

Estas informaciones muestran el desequilibrio en el tratamiento en relación a las entrevistas. La candidata Dilma Rousseff dio apenas tres entrevistas para el *Jornal Nacional*, una después de la primera vuelta, haciendo la evaluación de la votación, una en el estudio del noticiero y la última en el debate político ocurrido en el día 29.10.2010.

Los datos sobre las evaluaciones de las noticias periodísticas demuestran que Serra tuvo 65% de visibilidad positiva y Rousseff poco más de 51%. El mismo desequilibrio se puede ver en las noticias negativas, donde la candidata del PT tuvo casi 40% y el candidato del PSDB apenas 26%. Una diferencia de casi 14 puntos porcentuales. El equilibrio se puede ver en las noticias neutras. Dilma sacó apenas 1 noticia más que Serra. Aún con Serra teniendo 60% de VTs con su propio discurso, cuando se analizan las noticias negativas se observa apenas una diferencia de 13 puntos porcentuales. Esto se comprobó más una vez que, no siempre los testimonios en una noticia periodística traen consigo una visibilidad positiva. También se puede observar un cambio en el discurso del *Jornal Nacional* en relación a la cobertura periodística del candidato del PSDB. La tabla sobre las evaluaciones trae estas informaciones y señala también que la segunda vuelta fue más equilibrada en relación al otro periodo analizado.

**Tabla 31: Evaluación de las Noticias por candidatos 2ª Vuelta**

Candidatos	Evaluación de las Materias Periodísticas					
	Positiva		Negativa		Neutra	
<b>Rousseff</b>	<b>17</b>	<b>51,51%</b>	<b>13</b>	<b>39,39%</b>	<b>3</b>	<b>9,09%</b>
<b>Serra</b>	<b>15</b>	<b>65,21%</b>	<b>6</b>	<b>26,08%</b>	<b>2</b>	<b>8,69%</b>

En este periodo no hubo casi noticias consideradas neutras. Las entrevistas que referían a las elecciones o candidatos, relacionaban apenas asuntos del gobierno o de denuncias contra personas de los partidos. Dilma apareció en 3 noticias consideradas neutras y Serra tuvo apenas 2.

#### **4.10.2010**

Un día después de las elecciones de la primera vuelta, ya empezaron las campañas para la segunda. La candidata Dilma, apuntada como la elegida de la población brasileña habló del “Palacio da Alvorada” en Brasilia sobre el crecimiento democrático que vive Brasil. En su primera entrevista y preguntada por sus cualidades, ella explicó al reportero que: “represento un proyecto de transformación del Brasil que empezó en 2003 con la poscisión de Lula como presidente de la república y cuento con el apoyo de los votantes de Marina Silva para vencer en la segunda vuelta”.

En la secuencia de la noticia, el reportero contradice lo que la candidata del PT afirmó antes. “Por la tarde en Brasilia, junto con el presidente Lula y cercada de sus asesores y ministros, la candidata agradece a sus electores y afirma que la segunda vuelta esta garantizada con el apoyo de la candidata del partido verde.” El reportero con su texto intenta crear un cierto roce entre el PT y el PV mostrando un testimonio de Marina Silva, todavía editado un día antes de las elecciones.

**Conductor:** La senadora afirma que una segunda vuelta entre Dilma y Serra sería la repetición de 2006, cuando el presidente Lula venció con facilidad al candidato del PSDB, Geraldo Alckmin.

**Marina Silva:** La única candidatura capaz de hacer una disputa de igual a igual sería la mía. (MARINA SILVA, JN, 3 octubre de 2010).

Minutos después de la entrevista ser vehiculada en la Red Globo, ya circulaba en la red de computadores electrónicos una frase retorcida y negativa para la candidata del PT. “La candidata del PV dejó el PT en 2008 y no tuvo el apoyo de Dilma, pero ahora la candidata del PT intenta refugiarse en el ala del PV.” Hasta el candidato del PSDB en el inicio de la segunda vuelta (4.10.2010) no dejó de ser criticado por la emisora en función de su desempeño en la primera.

**Conductor:** “¡Candidato! Cuando usted asumió la municipalidad de São Paulo (2004- 2006) y el gobierno de este Estado (2006), siempre ha afirmado en sus discursos de

posesión que honraría sus compromisos y que iba a cumplir con sus plazos y tanto para un cargo, como para el otro. Usted dejó por la mitad para competir en algún otro cargo. ¿Será que no fue por este motivo que los electores decidieron votar en la candidata del PT y PV, en vez de darle el voto?

### **8.10.2010**

Para el periodista de la *Folha Oline*, Luis Nassif, (8.10.2010) el período pre-electoral, hasta el electoral (1° Vuelta) la candidata del PT fue sometida a una campaña impiedosa por los medios de comunicaciones, etiquetada de terrorista, desprevenida, muñeco de Lula y otras gentilezas. Al mismo tiempo, el candidato del PSDB, José Serra era dibujado como un político experimentado, estratégico, seguro de sí mismo y calculador. En la visión de Nassif;

En la medida que avanza la campaña, el efecto de este juego se invierte. Cualquier desempeño público de Dilma – en los debates o entrevistas, no necesitará salir del mediano para recibir una evaluación positiva. Al final si se anunciaba una mujer desprevenida, cualquier mejor desempeño que este, ya sería bien evaluado. Por otro lado con el candidato del PSDB ocurre lo contrario. Cada indecisión, cada visión errada sobre estrategias de campaña, será potencializada, mucho más que con Dilma, porque la opinión pública mediática pasó meses recibiendo informaciones sobre un supuesto súper-hombre de la política. (<http://www.advivo.com.br/luisnassif/o-segundo-turno-das-eleicoes-presidenciais>. Acceso en: 20.10.2010).

En las primeras semanas de la segunda vuelta, el JN repercutía todavía el caso, Gabinete en buena parte del informativo. Por lo tanto, el discurso era más tranquilo, no había tantos adjetivos peyorativos y de acusación. Los conductores y reporteros llamaban a los petistas (PTs) ahora de empresarios y los escándalos, de crímenes electorales.

## 19.10.2010

Más un ejemplo de cómo el JN diferenció el tratamiento político relacionado a la candidata del PT es un VT del día 19.10.2010 que trató de un debate con los artistas e intelectuales en la zona sur del Río de Janeiro.

**Conductor:** La candidata del PT, Dilma Rousseff, en este martes elogió a su principal competidor y a su vice. Hoy por la noche, Dilma recibió apoyo de artistas e intelectuales.

**Reportero:** La candidata recibió apoyo de artistas e intelectuales, el arquitecto, Oscar Niemeyer entró en el teatro en una silla de ruedas. Rousseff se sentó entre el cantor, Chico Buarque y el teólogo, Leonardo Boffi. También participó del encuentro aliados políticos como: Sergio Cabral, el gobernador del Río de Janeiro del PMDB y la cantora Alcione.

**Dilma:** Yo considero que nosotros damos grandes pasos para la cuestión de la desigualdad, utilizando una combinación de políticas sociales. Ahora delante de nosotros tenemos un gran desafío para profundar nuestra lucha contra la desigualdad y para esto nosotros necesitamos de nuestra educación.

Como algunos brasileños saben, la mayoría de los artistas contratados por la Red Globo siguen las mismas tendencias políticas y línea editorial de la emisora. Otro ejemplo de diferencia en el tratamiento de las noticias se puede ver en el VT del día 20.10, donde todavía mostraban imágenes, fotos y documentos del caso “Erenice Guerra” pero ahora con otras connotaciones. .

**Conductor:** Los hechos que llevaron a la caída de la ex ministra del Gabinete de la Presidencia tuvieron peso casi tres veces más en la pérdida de votos que el tema relacionado a cuestiones religiosas, como el ‘Aborto’.

**Reportero:** Se percibe que un error en la hora de elegir su cuadro de gobernantes, puede causar impactos irreversibles. Otros puntos que llevaron Dilma a la segunda vuelta fueron: la quiebra del secreto fiscal y la cuestión del aborto. Los asesores

de la candidata creen que la segunda vuelta es el tiempo para arreglar algunas disformidades en la estrategia de campaña.

El discurso del reportero tenía una connotación de consejo y no de críticas, como el tono visto en la primera vuelta.

### **21.10.2010**

Los días 21 y 22 de octubre el *Jornal Nacional* salió con dos noticias críticas en relación al PT y directamente contra Lula y Dilma. La primera fue sobre la agresión sufrida por Serra en el pasillo de Campo Grande, zona este de Río de Janeiro, donde el candidato del PSDB afirmó haber sido agredido por simpatizantes del partido PT.

**Conductor:** Candidato del PSDB fue agredido en la zona este de Río de Janeiro por simpatizantes del PT con objeto cortante en la cabeza

La portada del JN usó el término agresión, sin tener todavía la conclusión de si en realidad había sido un objeto cortante. La noticia también utilizó fotos, videos producidos por acompañantes y por fin un documento producido por la asesoría del candidato con parte médico, donde afirmaba que los compromisos de Serra por esta semana deberían ser cancelados y que el candidato necesitaba de reposo. Para dar veracidad al hecho, el JN busca testimonio de personas acreditadas, como el pastor de la iglesia, ‘Assembléia de Deus’.

**Pastor:** Yo estaba abrazando a Serra, cuando arrojaron algo cortante en su cabeza. Yo he recibido un golpe en la espalda con un palo de escoba.

El JN también usó el testimonio del secretario general del PT lamentado el incidente y afirmando no estimular la violencia.

**Eduardo Cardozo:** Yo lamento el incidente. Esto no es bueno. En ningún momento nuestro partido incentiva este tipo de acciones. Ahora esta campaña instiga el odio y esto no parte de nosotros. Infelizmente, fueron ellos los que empezaron con esta

campaña. Pero estamos contra cualquier acto de violencia y no aceptamos acciones como ésta.

En esta misma fecha (21.10.2010) el JN publicó que diputados del PT y coligaciones en la provincia del Ceará creó el consejo de comunicación social para fiscalizar emisoras de televisión y radio en el Estado. La noticia trajo también testimonios de especialistas y del presidente de la OAB criticando la creación del consejo.

**Conductor:** Especialistas oídos por el JN critican la creación del consejo estatal de comunicación para monitorear actuación de los medios.

**Presidente de la OAB:** no podemos tolerar iniciativas que de forma disfrazada tengan el objetivo de restringir la libertad de prensa.

El texto del reportero, Alan Severiano evidencia el primer proyecto de gobierno de Dilma, donde la candidata había puesto una cláusula sobre el control de los medios. Las dos materias periodísticas sumaron un total de 9 minutos.

## **22.10.2010**

En el día 22.10.2010, el informativo trató, además de noticias y reportajes sobre temas internacionales, noticias no factuales y la agenda de los candidatos, el JN trajo también VTs sobre los mismos temas del día anterior con algunas profundidades. Dos portadas del noticiero muestran similitud con el día anterior:

- Tres Estados más tienen proyectos para monitorear los medios
- Agresión de Serra deja al presidente Lula fuera de sí.

El *Jornal Nacional* muestra que además de Ceará, las provincias de Bahía, Alagoas y Piauí prepararon una implantación de órganos de control de los medios. La noticia trae testimonios de especialistas y órganos como la OAB y a ANJ – Asociación Nacional de Periódicos, pero ningún discurso defendido por el Confecom - Conferencia Nacional de Comunicación. Para el presidente nacional de la OAB, Ophir Cavalcante;

La libertad de prensa es un derecho de la ciudadanía incorporado a la noción básica del Estado de Derecho. Pero esto no significa libertad de empresa, pues tiene un componente social relevante. (JN, 22.10.2010).

El tema sobre la agresión de Serra “por simpatizante del PT” ha dado un reportaje de 9 minutos. El *Jornal Nacional* mostró videos grabados en el momento que el objeto golpea la cabeza del candidato. El reportaje ha hecho un recorte de varias noticias que fueron publicadas durante el día por diversos medios de comunicaciones como, *Folha de São, O Globo, SBT y Record*, sumando a testimonios de reporteros, políticos, simpatizantes del PSDB, y especialistas en imágenes. El informativo trae también un discurso de Lula sobre el hecho.

**Lula:** La mentira que fue producida por un equipo de publicidad del candidato, José Serra es una vergüenza. Este día podría haber sido denominado, el día de la farsa.

**Reportero:** El presidente también habló sobre la investigación de la policía federal sobre el caso de violación del secreto fiscal de socios demócratas, de la hija y de su yerno. El periodista ligado al PT fue indicado como responsable por la encomienda de la violación del secreto bancario y afirmó que ha hecho esto por una disputa entre los dos grupos del ex gobernador Aécio Neves contra Serra y Lula confirmó esta versión.

**Lula:** Yo escuché una entrevista de Aécio Neves afirmando que no sabía nada del hecho. Sí, puede ser que él no sabía de absolutamente nada, pero lo que se muestra en el proceso es que ya había una pelea entre los candidatos del PSDB.

**Aécio Neves:** Quién debe dar una explicación sobre *Dossier*, documentos secretos, violaciones de secretos bancarios es el partido de los trabajadores. Esto es una práctica del PT y no del PSDB.

## 25.10.2010

Las agresiones sobre Serra y el control de los medios en la última semana de campaña, no fueron suficientes para mantenerse en el informativo. Apenas en el día 25 de octubre el *Jornal Nacional* publicó una noticia sobre cada uno de los temas. El noticiero tuvo 28 minutos y las dos noticias juntas, llegaron a 3 minutos y 21 segundos. Sobre el proyecto de monitoreo de los medios, apenas una noticia cubierta y un testimonio habló sobre el tema.

**Reportero:** En Piauí, fue propuesta la creación del consejo con el objetivo de denunciar a las autoridades, actitudes prejuiciosas de géneros, sexo, raza, creencia y clases sociales de las empresas de comunicación.

**Marcos Guimarães:** No podemos cruzar los brazos. Ni todo lo que sale al aire es agradable para la sociedad.

**Reportero:** El proyecto fue hecho por un grupo de trabajadores nombrados por el ex gobernador, Wellington Dias (PT) y enviado a la Asamblea Legislativa. Los proyectos que están en vía de proceso cuentan con apoyo del conjunto del PT en el Congreso Nacional.

Las imágenes sobre el monitoreo de los medios, fue cubierta por fotos y VTs hecho en el Congreso Nacional y en la Cámara de Diputados Provinciales, en las provincias de Piauí, Bahía y Alagoas. El enceramiento de la crisis, sobre la agresión al candidato del PSDB, el *Jornal Nacional* muestra una noticia de disculpa firmada por la cúpula del PT, afirmando que estos hechos de vandalismo no habrán de repetirse hasta el final de la campaña. La noticia es leída por el conductor, William Bonner con una apariencia de piedad. El conductor da una impresión de que la pelea, entre los candidatos a la presidencia ha terminado.

## 29.10.2010

Las portadas de abertura del *Jornal Nacional* en esta fecha fue algo considerado diferente. El informativo abrió con 4 noticias internacionales. Las noticias de política en el penúltimo día de la segunda vuelta, fue el día a día de los candidatos y los

preparativos para el debate que ocurría en esta misma noche. Estas dos noticias fueron intercaladas con la última encuesta hecha por el instituto Ibope, donde apuntaba un crecimiento de Dilma y una caída de Serra. En total el noticiero tuvo 28 minutos y 39 segundos.

En esta fecha se observa una cierta frialdad en el noticiero, en relación a los temas políticos. De los casi 29 minutos de noticiero, en más de la mitad fueron puestas las noticias internacionales. La primera, fue el entierro del ex presidente argentino, Néstor Kichner, donde varios presidentes latinoamericanos fueron invitados a formar parte de la ceremonia, incluso el presidente Lula. El presidente aprovechó la oportunidad para dar una entrevista hablando sobre las perspectivas de las elecciones que debería ocurrir en dos días y los futuros proyectos, en caso de que la candidata del PT fuera elegida por la población brasileña. Otras noticias internacionales que formaron parte del noticiero fueron: El Tsunami en la Indonesia y publicaciones de documentos presidenciales por la página web Wikileaks.

El crecimiento de las evaluaciones positivas para Dilma en relación a otros momentos analizados ocurrió porque el noticiero ha optado por mostrar la candidata más directamente en su campaña, en comicios, hablando con los votantes y también en acciones positivas del gobierno. El noticiero también dio visibilidad al discurso de esta candidata.

**Reportero:** en la tarde, la candidata Dilma participó en una ceremonia con metalúrgicos del ABC paulista en el Sindicato de la categoría.

**Reportero:** La candidata del PT ha oído las experiencias de personas que trabajan duro, para mantener la industria automovilística en ascenso. Dilma ha recibido también un abrazo y apoyo político de la clase, como también una miniatura de un coche popular. Dilma también afirmó que si gana las elecciones, ha prometido abrir una línea de crédito para la industria de automóviles y reducir el IPI

**Dilma:** Con el crecimiento de la economía y una búsqueda por desarrollar nuestra industria automovilística, yo creo que nosotros como gobierno, tenemos sólo que apoyar las decisiones de empresas comprometidas con esta línea de raciocinio.

**Reportero:** Hoy por la noche la candidata tiene todavía un compromiso con los estudiantes de una universidad privada en la capital del Rio Grande do Sul, donde también debe intentar fortalecer relaciones políticas con algunos partidos de la coalición.

El candidato del PSDB, José Serra fue mostrado en comicios y encuentros y ya no era visto tanto, en las calles, como en el momento de la “agresión” en la provincia de Río de Janeiro.

**Reportero:** El almuerzo en un club de la zona oeste de Sao Paulo fue para recaudar fondos para la campaña del PSDB. Después, empresarios, artistas, políticos y sindicatos participaron del acto público en defensa de la candidatura de José Serra. El candidato del PSDB atacó a la adversaria que según él, apuesta por la división del país entre ricos y pobres. Serra afirmó que en esta última semana de campaña insistió en los temas sobre corrupción y ética.

**Serra:** Este es el deber de todos los brasileños, es un deber de la sociedad brasileña no permitir y no pensar que es normal todo esto. Lo que lleva a la corrupción, al crimen político es la impunidad. Saber que la denuncia no nos lleva a nada. ¡Esto es lo que no puede pasar!

**Reportero:** En esta misma reunión, Serra ha vuelto a afirmar que no pretende privatizar empresas estatales, pero defendió las privatizaciones hechas por FHC.

El noticiero del día 29 terminó con las explicaciones de las reglas del último debate político para las elecciones presidenciales 2010, entre los candidatos, Dilma y Serra. La

conductora Fátima Bernardes también mostró la última encuesta hecha por el órgano de investigación, Ibope. Según el órgano, Dilma Rousseff vencería las elecciones con 52 puntos, contra 39 de José Serra.

### **30.10.2010**

El último día del análisis siguió casi la misma trayectoria del día anterior (29.10.2010), es decir, fueron escasas las noticias políticas. Además de las noticias no factuales y ligeras, el noticiero optó por dar más enfoque a algunas noticias internacionales que ya habían sido publicadas en el día anterior. Sobre política, El informativo se reservó a apenas al día a día de los candidatos.

**Reportero:** La candidata del partido de los trabajadores más una vez se reunirá con parlamentares de la coalición, el presidente Lula, amigos, familiares y asesores en el palacio de la Alvorada en Brasilia para acompañar de cerca el resultado de las elecciones.

**Dilma:** Estamos seguros del resultado positivo, por haber cumplido las tareas, conforme nos fueron pasadas. Me gustaría aprovechar la oportunidad y agradecer a todo el pueblo brasileño que nos ha apoyado en esta trayectoria.

**Reportero:** Dilma termina agradeciendo también el papel de la prensa al haber contribuido de una forma para el desarrollo de la democracia.

El candidato del PSDB, José Serra buscó seguir instrucciones de su coordinador de campaña, Sérgio Guerra y se quedó en casa, en la provincia de São Paulo junto con familiares y algunos amigos más próximos.

**Reportero:** De acuerdo con Guerra, él ya esperaba el crecimiento de Dilma.

**Guerra:** Yo esperaba un crecimiento, pero no de este tamaño. Es importante en este momento mantener lo que ya fue definido. Nuestra estrategia de campaña no puede equivocarse.

En el último bloque, el noticiero informó, cuáles eran los documentos necesarios para votar y publicó las intenciones de votos. Según el Datafolha, Dilma vencería las elecciones con un total de 56 por ciento, contra 44 por ciento del candidato del PSDB. La investigación apuntó a través de las evaluaciones, que la cobertura periodística de 2010 tuvo tendencias que variaban a lo largo del periodo analizado. Observando los dos periodos, en la primera vuelta, el noticiero fue compuesto por temas polémicos, como: el caso Gabinete, Dossier del PSDB, Mensalão, el caso Paulo Preto y Aborto. Todos estos temas causaron daños a la campaña del PT, hasta la segunda vuelta, donde hubo una cobertura más tranquila, evitando privilegios y dando voz a la candidata del PT.

Para Nassif (2010)<sup>144</sup>, el proceso de difamación mutua entre los candidatos a la presidencia de la república llevó al votante a volver su atención una vez más para los aspectos económicos y políticos de las propuestas de los presidenciables. Con esto los números favorecían a la candidata del PT, ya que su antecesor era el ex presidente Lula. El ‘proceso de deconstrucción’ alcanza como punto negativo para los dos candidatos. Serra con el escándalo, Paulo Preto y Dilma con, Mensalão, *Dossier*, Aborto y Gabinete.

**Tabla 32: Análisis I de la Agenda Periodística del *Jornal Nacional* (11.10.2010 a 30.10.2010) (2ª Vuelta)**

<b>Jornal Nacional</b>	<b>Actores políticos</b>	<b>Categorías – Temas</b>	<b>Componentes –Subtemas</b>
<b>Entrevistas 2ª. Vuelta</b>	<b>Dilma</b>	Aborto, Caso Erenice Guerra, Relaciones Políticas.	Tráfico de influencias; escándalos políticos; relaciones política con Ciro Gomes; cambio de posición en relación al aborto; polémica sobre el aborto en la revista Marie Claire; legalización del aborto; hechos contruoidos; ¿cómo garantizar en su comando, en caso de que sea electa que el error ‘Erenice Guerra’ no se repita?; ¿Fueron ustedes o el diputado Ciro Gomes que le buscó para pedir ayuda?

---

<sup>144</sup>Desconstrução de Candidatos favorece Dilma Rousseff.  
<http://www.advivo.com.br/luisnassif/desconstrucao-de-candidatos-favorece-dilma>. Acceso en: 28.10.2010

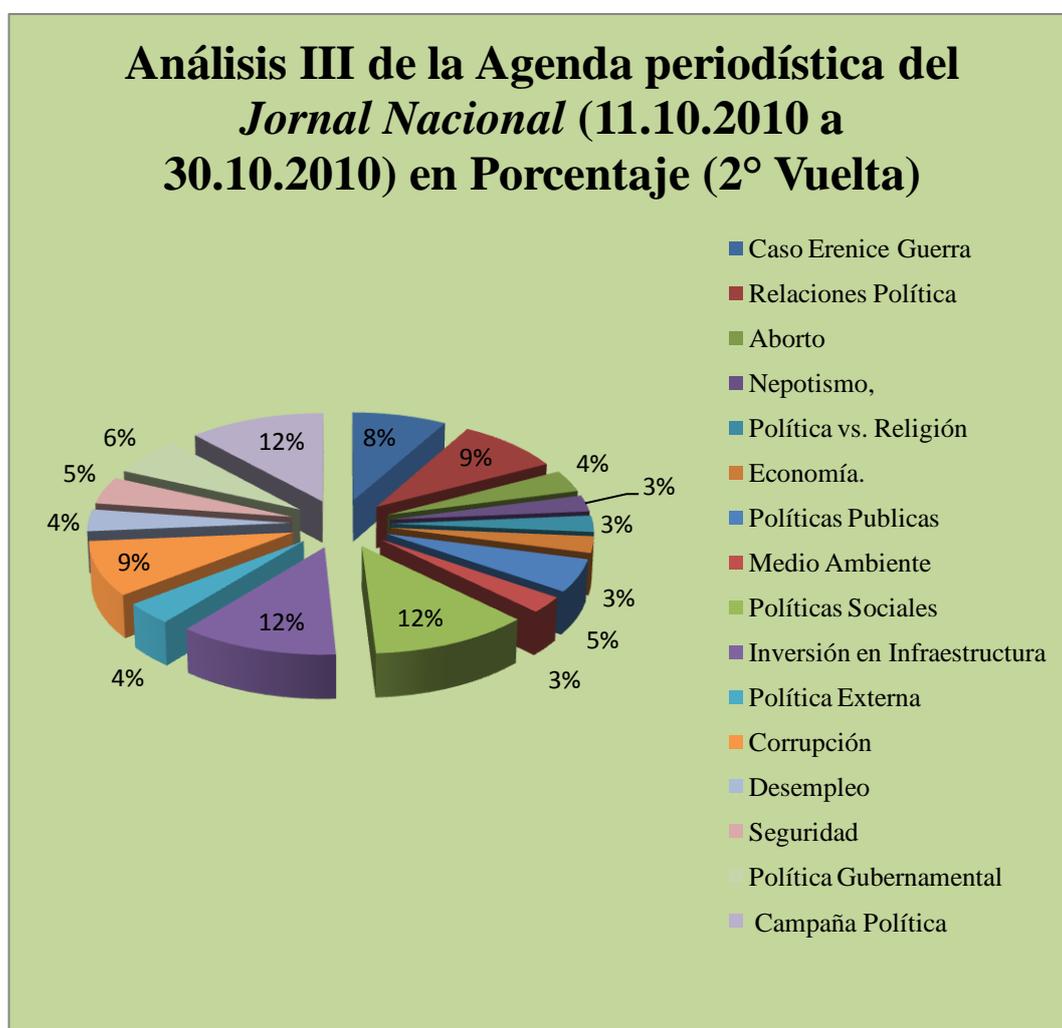
	<b>Serra</b>	Religión, Aborto, Relaciones Políticas; Nepotismo, Política contra Religión y Economía.	Campaña política enfatiza mezcla entre política x religión; Campaña enfatiza el nombre de Dios, imágenes de misas, cultos religiosos; Aborto; Casamiento entre homosexuales; Relaciones de Serra con el director de la Dersa, Paulo Preto; Paulo Preto tenía cargo estratégico en su Gobierno; Usted contrató su hijo incluso dos veces; ¿Sus propuestas grandiosas no ponen en riesgo la estabilidad económica? ¿Si se puede hacer todo esto ahora y por qué no hicieron esto antes?
<b>Debate 2ª. Vuelta</b>	<b>Dilma</b>	Salud, educación, medio ambiente, políticas sociales, seguridad social, inversión en infraestructura,	Comparación entre Brasil y los BRICs y los países del Mercosur; Transnordestina; Transposición del Río São Francisco; Mensalão, Insulto; Aumento del sueldo mínimo; Relaciones Brasil – Mercosur – UE y África; Tasa de desempleo; Planes Sociales de construcción de casas populares; Seguridad nacional, estatales y municipales; Jubilación; Gabinete y Erenice Guerra; Impuestos sobre productos alimenticios y auto motivos; La falta de infraestructura en las autopistas y ferrovías federales; Pacificación de las favelas de Río de Janeiro, Inversiones en los estadios de fútbol para el mundial 2014; Inversiones en la agricultura y mejor atención a los agricultores nordestinos; Construcciones de hidroeléctricas en norte de Brasil; Ajustes constitucionales en relación a cuestiones laborales; Preservación del medio ambiente, incentivo a estudiantes y mejorar plan de carrera de profesores de las universidades públicas.
	<b>Serra</b>	políticas económicas, agricultura, saneamiento, política externa, corrupción, transportes, desempleo, seguridad, viviendas, funcionalismo público, impuestos, legislación laboral y energía.	
<b>JN 2ª. Vuelta</b>	<b>Serra</b>	Escándalos políticos – Erenice Guerra; Política, Política gubernamental, Aborto y Tráfico de Influencias, Fabricación de Dossier y Campañas Políticas.	Agenda de los candidatos, Crecimiento democrático; Representante de un proyecto de transformación; Críticas al candidato Serra; Conflicto entre PT – PV; Israel Guerra; Debate con los artistas e intelectuales del Río de Janeiro apoyan Dilma; Quiebra del secreto fiscal; Agresión sufrida por el candidato del PSDB; PT y coligaciones apoyan creación de consejo de comunicación para fiscalizar emisoras de televisión; Control de los medios; Paulo Preto y el PSDB; Preparativos para el debate político; Publicación de las encuestas; Muerte del presidente argentino, Néstor Kirchner; Tsunami en la Idonesia; Publicación de los documentos por la página web Wilileaks; Acciones positiva del gobierno; Comicios;
	<b>Contra</b>		
	<b>Dilma</b>		

		Discurso de Dilma; La última encuesta; Documentos necesarios para la votación.
--	--	--

**Tabla 33: Análisis II de la Agenda Periodística del *Jornal Nacional* (11.10.2010 a 30.10.2010) en Números (2ª Vuelta)**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Caso Erenice Guerra	<b>9</b>
<b>2</b>	Relaciones Políticas	<b>10</b>
<b>3</b>	Aborto	<b>4</b>
<b>4</b>	Nepotismo,	<b>3</b>
<b>5</b>	Política contra Religión	<b>3</b>
<b>6</b>	Economía.	<b>3</b>
<b>7</b>	Políticas Publicas	<b>6</b>
<b>8</b>	Medio Ambiente	<b>3</b>
<b>9</b>	Políticas Sociales	<b>13</b>
<b>10</b>	Inversión en Infraestructura	<b>13</b>
<b>11</b>	Política Externa	<b>4</b>
<b>12</b>	Corrupción	<b>10</b>
<b>13</b>	Desempleo	<b>4</b>
<b>14</b>	Seguridad	<b>5</b>
<b>15</b>	Política Gubernamental	<b>7</b>
<b>16</b>	Campaña Política	<b>13</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>110</b>

**Gráfico 10: Análisis III de la Agenda periodística del *Jornal Nacional* (11.10.2010 a 30.10.2010) en Porcentaje (2ª Vuelta)**



El análisis del *Jornal Nacional* en la 2ª Vuelta confirmó la sutileza de la Red Globo en el proceso electoral. La emisora preparó una cobertura periodística ocupada, pero se destacó en su ‘auto promoción’. El informativo buscó un enfoque cuantitativo equilibrado en nombre de la ética, ciudadanía y de la legalidad, pero como muestra los resultados, ella no ha conseguido su objetivo. En esta elección el noticiero mantuvo la unilateralidad en varios momentos, confirmados por la investigación. Un presidente (Lula) envuelto en escándalos políticos, un partido que, en el periodo de 4 años venía siendo puesto en los medios como corrupto, todo esto ha hecho la diferencia. El ansia por denunciar escándalos y mostrar la crisis política provocó el desequilibrio en el discurso.

En la tabla 32 se observa que en las entrevistas hubo temas direccionados apenas a la candidata del PT como: Caso Erenice Guerra y relaciones políticas. Relacionados a los temas de Dilma se notan frecuentes componentes como: tráfico de influencias, cambio de posición en relación al aborto y relaciones políticas con el diputado nacional, Ciro Gomes. También en la entrevista con el candidato del PSDB, el *Jornal Nacional* cuestionó temas como: Nepotismo y religión contra política. En el debate, los temas fueron comunes entre los actores políticos, confrontándose entre preguntas sobre: salud, educación, medio ambiente, inversión en infraestructuras, corrupción y desempleo. Lo mismo ocurrió en el noticiero, JN, donde temas como: fabricación de dossier, campaña política, aborto y tráfico de influencias fueron presentados a los dos candidatos.

En la tabla 33 juntamente con el gráfico 10 podemos tener una visión mas clara del posicionamiento del noticiero en relación a los temas abordados en la segunda vuelta. Se observa que los temas más propagados en el JN fueron: políticas sociales, inversión en infraestructura y campaña política, sumando 39 componentes y representando 36% de la agenda periodística. En segundo lugar quedaron los temas: relaciones políticas, Caso Erenice Guerra y corrupción, con 29 componentes y 26% en la agenda. Un tercer bloque de categorías publicadas por el JN fueron: política gubernamental, seguridad y políticas públicas que sumaron 16 componentes, es decir, representaron 16% de la agenda periodística. Los componentes restantes alcanzaron la media de los 24 componentes, lo que representó 24% de los noticieros analizados.

#### **4.6. Relectura de las Campañas Electorales 2010 en la Prensa**

El periodo analizado en los periódicos brasileños corresponde a lo que se llamó pos-convención. En esta fecha, los postulantes a la presidencia ya tenían sus candidaturas confirmadas y sus registros enviados al TSE – Tribunal Superior Electoral. El apartado analizado en el periódico que se sigue fue: **Elecciones 2010 / Poder.**

#### 4.6.1. Folha de São Paulo

##### 1.8.2010

En el primer día de análisis, el apartado buscó mostrar los preparativos para el primer debate electoral que ocurrió en la *TV-Bandeirante*. De acuerdo con el reportero, Luiz Paiva, este debate podría ser el inicio de una nueva fase en la campaña, donde temas programáticos tomarían el lugar de discusiones sin contenidos. Otro tema destacado en el periódico fue la preparación de los candidatos para enfrentar la operación ‘JN no Ar’. El reportero, Bernardo Franco enfatiza que, con un mes de atraso en el calendario electoral, el *Jornal Nacional* entra en escena con sus propias reglas y el tiempo medido para los tres principales candidatos a presidente. Las estrategias de campaña tratan la operación ‘JN no Ar’ como una versión reducida del ‘Tiempo Electoral Libre’, el cual se inicia en el día 17 de este mes. El reportero se refirió al ‘JN no Ar’, también mostraba que cada uno de los candidatos tenía 50 segundos para hacer sus promesas en la TV- Globo, con audiencia estimada de hasta 40 millones. En esta fecha el periódico no trató específicamente el tema de los candidatos y sí de temas como: salud, educación y seguridad que deberían ser abordados por los medios de comunicación. Denuncias, ofensas y la relación del PT con las FARC se quedaron con los medios impresos.

##### 2.8.2010

En esta fecha el apartado, Elecciones 2010 / Poder, no trajo nada nuevo y sí un complemento del día anterior. La noticia principal tenía el título: “Los candidatos quieren evitar choque directo en el debate” y mostraba cómo serían las reglas del encuentro entre los candidatos. La columna, ‘Análisis’ trajo un cuadro mostrando las polémicas envueltas en la TV Globo, como: proconsult (1982), directas ya (1984), Lula contra Collor (1989) y Aloprados (2006). El día **3.8.2010** el apartado de política, explica con riqueza de detalles una carta anónima que fue enviada al ministro de Hacienda, Guido Mantega, hablando sobre un supuesto *dossier* con informaciones sobre tráfico de influencias, entre su hija y el Banco del Brasil. La noticia explica lo que piensa el gobierno y la oposición sobre el caso:

**Reportero:** Sin atacar directamente al PT como lo ha hecho en otras ocasiones, José Serra dijo que no estaba sorprendido con la preparación del *dossier* y salió en su defensa.

**Serra:** Creo que el ministro Guido Mantega es un hombre de honra y que está en la carrera pública en defensa del interés público.

Refiriéndose al *dossier* la candidata Dilma Rousseff explicó:

**Dilma:** Sentido claramente electoralista. No descalifico, pero tampoco niego, digo que ésta es una carta anónima y como tal no puede atribuirse a ninguna parte.

En esta fecha el periódico también publicó el día a día de los candidatos en fotos.

-Dilma en reunión con los diputados nacionales, José Cardoso, Antonio Palocci, Clara Ant, José Dutra y Alessandro Teixeira durante planeamiento de campaña en Brasilia.

-Marina Silva reunida con la NFC – confederación Nacional de Instituciones Financieras de Supervisión y presidente de la Febraban, Fabio Barbosa.

-José Serra y el candidato del PSDB a gobernador de São Paulo, Geraldo Alckmin, caminando por la ‘favela’ de Heliópolis en São Paulo.

#### **4.8.2010**

Todo el apartado político se refería a la encuesta hecha por el instituto Datafolha mostrando la intención de voto para los postulantes a presidente. La noticia del reportero, Fernando Rodrigues, hablaba que Dilma abría 17 puntos sobre Serra y que vencería en la primera vuelta. “Después del horario electoral petista tiene 47% y el socialdemócrata 30% “. La materia periodística muestra que después del horario electoral en la TV y en la radio, la candidata Dilma Rousseff dobló sus ventajas sobre su principal adversario. La noticia también explica en formato de gráficos, en que regiones los tres primeros candidatos sí salieron mejor en la encuesta. Rodrigues afirmó, que en los primeros programas vehiculados por el equipo de comunicación de Dilma, su equipo buscó asociar su imagen a la de Lula, que tenía un 77% de aprobación por la población. El resultado de la encuesta mostró que la petista creció positivamente en todos los segmentos, menos entre el público de mayor renta, es decir, los que ganaban por encima de 6 mil reales o 2,6 mil euros.

### 5.8.2010

El jueves día 5 de agosto el apartado, **Elecciones 2010 / Poder**, vino relleno de pequeñas noticias, mostrando lo que piensan los electores. Era como si la columna, ‘Panel del Elector’ se hubiera transferido para el apartado político: “el texto de Marco Antonio Villa (“Nuestro 18 Brumario,” Poder, ayer) es en realidad ‘propaganda encubierta’ al candidato José Serra. Villa, que se especializó en atacar a Lula y al PT, debe ser parte del equipo de campaña de José Serra”. Afirmó, José Augusto Zague (São Sebastião do Paraíso, MG). Otro texto es de Laércio Tavares también de São Paulo: “Dilma quiere ser la madre de todos los brasileños. Yo rechazo eso, ¡madre hay una sola! Mi madre nunca ha sido miembro de una organización de izquierda, o cualquier movimiento revolucionario armado que en nada contribuyó para la democracia o el desarrollo del país.” El apartado fue complementado por dos noticias más, la primera se refería al público que tiene menor audiencia referente a la propaganda política en la TV, es decir, entre los pobres y los menos escolarizados. De acuerdo con el reportero, Uirá Machado, los menos escolarizados son la mitad de los electores que no asistieron las propagandas y es este segmento en el que la candidata tuvo un aumento de 5 puntos en las encuestas. La última noticia se refería al aumento de la perspectiva de victoria de Dilma todavía en la primera vuelta. “Dilma es la candidata, la cual, 78% de los electores están más seguro de apoyarla.”

### 6.8.2010

La materia principal del apartado, **Elecciones 2010 / Poder**, fue un estudio hecho por el coordinador de medios sociales de la campaña de Dilma Rousseff, Marcelo Branco. Él protestó contra la Red Globo por considerar que la emisora había reducido la cantidad de exhibición de la imagen del presidente Lula en el *Jornal Nacional*. El reportero, Fabio Zambeli, explicó que el coordinador se basó en un levantamiento de datos hecho por el periodista, Emerson Luís, en Brasilia, el cual mapeó la exposición de Lula en el noticiero en el primer semestre de 2010.

**Branco:** Lula no es candidato, por lo tanto si la Globo desea sacar su voz y su imagen, claro que puede.

**Reportero:** En la noticia, central Globo ha confirmado la subida en la posición de Lula y negó que haya una orientación editorial para suprimir la figura del presidente.

**Globo:** El presidente Lula siempre va a tener la cobertura que el cargo merece. Lo mismo ocurrirá con los candidatos, protagonistas de la elección presidencial.

En esta misma fecha también fueron publicados algunos datos de la última encuesta, mostrando que el candidato Serra era el más citado para la segunda opción.

### **7.8.2010**

En esta fecha, el apartado de política vino relleno de críticas a los candidatos que se presentaron en el primer debate de la campaña electoral. El reportero, Gustavo Patu, de la sucursal de Brasilia, explica en su materia, “Dilma distorsiona números y Serra hace críticas periféricas.” La noticia afirmaba que Dilma Rousseff hacía proyecciones para la educación, disfrazando los números para aumentar los méritos del gobierno de Lula, por otro lado, el candidato José Serra, se dedicaba a promesas típicas de gobernadores e intendentes, como aumentar el número de vacantes en las escuelas públicas. Otra noticia publicada en esta fecha, presentaba las críticas hechas por Dilma al candidato José Serra, cuando este era gobernador de São Paulo, como los atrasos en las obras de infraestructuras, las altas tasas de intereses y la carga tributaria. Pero el periódico explica que la candidata tampoco presentó ninguna solución para los casos expuestos.

### **8.8.2010**

“Desencuentro de números”, fue el título de la noticia del apartado, **Elecciones 2010 / Poder**, en este domingo. De acuerdo con el periódico, la encuesta electoral influenciaba el ánimo de los militantes y aumentaba las donaciones, por esto se debe tener una mayor visibilidad sobre los institutos. Esto, era una crítica a los dos grandes institutos de encuestas: Ibope y Voxpopoli, los cuales ponían a la candidata del PT por delante de Serra en las tres últimas encuestas realizadas. Otra materia que tomó gran parte en este editorial fue: “Fisiologismo es negado por PMDB.” La noticia se refería al supuesto apoyo de Temer a Dilma o Lula y en cambio, recibir algunos favores. Otra noticia

explicaba las reglas del debate político realizado por el grupo periodístico, Estado y TV Gazeta. Jueves, día **9.8.2010**, muchos de los periódicos en sus apartados políticos mostraron la ausencia de la candidata del PT en el debate político de la noche anterior. Además de todas las críticas lanzadas por los adversarios, el reportero, Breno Costa, afirma en su noticia que la falta de Dilma Rousseff fue una ofensa al pueblo brasileño. Por no comparecer al debate, Dilma, ha reclamado falta de compatibilidad con su agenda política. Otras noticias muestran también, fuga de datos, enfrentamientos entre adversarios y los momentos más polémicos del debate. La última noticia explicaba cómo sería y cuáles los temas que deberían ser debatidos hoy en el *Jornal Nacional* con la candidata del partido de los trabajadores.

### **10.8.2010**

El periódico, *Folha de São Paulo*, del día 10.08, editó parte de la entrevista de Dilma en el *Jornal Nacional*. La publicación traía un extracto del contenido de la entrevista, el cual no correspondía con la versión dada al noticiero. Se veía claramente, que a la hora de la edición, parte del texto había sido retirado, como forma de denigrar la imagen de la candidata, otros pequeños errores también fueron registrados por el periódico. Uno de los puntos complejos fue la relación del PT con algunos políticos.

**JN:** ¿Cómo explica usted la relación de su partido con políticos como: Fernando Collor de Mello, Renan Calheiros, José Sarney y Jader Barbalho?

**FSP:** ¿Cómo explica usted la alianza con antiguos enemigos como: Fernando Collor de Mello, Renan Calheiros, José Sarney e Jader Barbalho?

**Dilma/ JN:** Estas alianzas son necesarias para gobernar un país con la complejidad de Brasil.

**Dilma/ FSP:** El PT no tenía tantas experiencias en aquella época.

El error de la candidata también fue registrado por la *FSP*, “A las 20’.52”, citando construcciones del gobierno, al final de la entrevista, la candidata se confundió al

afirmar que el Barrio ‘Santista’ es en Río de Janeiro.” La última noticia, se refería a los preparativos para la entrevista con la candidata, Marina Silva.

### **11.8.2010**

“Marina afirma que criticar al PT sería antiético.” La noticia se refiere a la entrevista que la candidata del partido verde dio ayer al noticiero *Jornal Nacional*. La periodista, Daiane Cardoso, explica en la noticia que la afirmación de la candidata se refiere al comportamiento durante el episodio del Mensalão (un esquema de compra de votos, en el primero mandato del gobierno Lula). La candidata también buscó explicar en la entrevista el motivo de porqué no dejó antes el PT, partido político al cual estuvo afiliada por 30 años. La última noticia, se refería a los preparativos para la entrevista con el candidato, José Serra del PSDB. En el día **12.8.2010**, el apartado de política trajo detalles de la entrevista del candidato del PSDB. El reportero, Josué Santos explicó que el candidato fue obligado a posicionarse sobre el hecho de lanzar críticas no tan fuertes al presidente Lula y no hablar sobre personajes ilustres de la corrupción, como el diputado nacional Roberto Jefferson del PTB. Temas más polémicos como el desastre del Rodanil en São Paulo y despidos de periodistas de la *TV Cultura* no fueron tratados en la entrevista de la Globo, pero fueron cuestionados por el periódico *Folha de São Paulo*.

### **13.8.2010**

Después de las tres principales entrevistas en el *Jornal Nacional*, el periódico abrió su apartado de política con una pregunta: ¿A prácticamente un mes de las elecciones, que representan las encuestas para las intenciones de votos? La noticia mostraba que las encuestas fueron hechas en fechas muy próximas una de las otras, en casi los mismos números de ciudades y adoptaron prácticamente el mismo margen de error, entre 2 y 2,2 puntos porcentuales. El reportero, Octavio Cabral, explica el origen de las encuestas electorales en el país, y afirma que ellas son más antiguas que la propia democracia. Para Mauro Paulino del Datafoha, “Es inconcebible que una institución de encuestas dé declaraciones sobre el pronóstico electoral.” Cabral explica que una declaración puede influir en la captación de votos y en la campaña electoral. De acuerdo con Carlos

Montenegro del instituto IBOPE, trabajar para varios partidos es mejor que para un periódico, el cual tiene su línea editorial definida.

#### **14.8.2010**

El tema que abrió el apartado de política fue el mismo de la primera página del periódico, es decir, “Dossier del PT aporta datos fiscales confidenciales del líder del PSDB.” La noticia mostraba que la Policía Federal ha hecho pericia en varios ordenadores y equipo de computadores que fueron utilizados para violar el secreto de otras personas relacionadas con José Serra. El reportero, Leonardo Souza afirmaba en su noticia, que una semana antes del Ministerio de Hacienda defender a la profesional de análisis tributaria, la cual había buscado los datos de la familia del candidato, el gobierno ya tenía conocimiento de la violación. Varios textos fueron publicados, donde se podrían ver personajes ligados al PSDB que tuvieron sus datos violados, cuales fueron los servidores investigados, como ocurrió la violación de los datos y finalmente, copias de los documentos falsos para tener acceso a los datos.

#### **15.8.2010**

En el último día de análisis de este apartado político, la mayoría de las noticias trataron el mismo tema del día anterior: “violación de datos fiscales.” La noticia mostraba que los sellos usados como forma de veracidad de los documentos eran falsos. La periodista, Fernanda Odilla, también mostraba destalles del dossier, donde se veían detalles de movimiento financiero empresarial de la hija de José Serra. En este día también fue publicado un bloque con las fechas desde cuando el organismo tributario de Brasil empezó su investigación.

### **4.6.2. O Globo**

#### **1.8.2010**

El periódico, *O Globo*, perteneciendo al conglomerado Globo de Comunicación, en su apartado, **Elección 2010**, dió poco énfasis a la operación, “JN no Ar”, poca discusión también tuvo el primer debate electoral que ocurrió en la *TV- Bandeirante*. El reportero, José Diógenes Borges, abrió su noticia con el título: “Ministro es objeto de dossier del PT”.

**Borges:** Guido Mantega, fue objeto de un *dossier* dudoso, el propio gobierno descubrió que el expediente ha sido elaborado por el ala del PT, el cual buscaba obtener un fondo de pensiones.

De acuerdo con el periodista, el *dossier tenía* acusaciones de tráfico de influencias en el Banco del Brasil contra la hija del ministro. La noticia afirma que el *dossier* fue enviado a la presidencia del BB, al gabinete del ministro y al Ministerio Gabinete.

### **2.8.2010**

En el segundo día de análisis, la ‘telenovela’ – “Dossier del PT” continúa en las páginas de política del periódico analizado, donde se veía el objetivo del *Dossier*. De acuerdo con la noticia, el objetivo principal era obligar al ministro que desista de nombrar al vicepresidente del Banco de Brasil, Paulo Caffarelli, como presidente del Previ – Fondo de pensiones para los empleados del banco. Según el informe, Caffarelli no fue aceptado por orden de la Casa Presidencial, pero el banco también emergió debilitado. El hombre al que defendieron para asumir la presidencia del Previ, Joilson Ferreira, no fue elegido. En el día **3.8.2010**, el periódico levantó otras informaciones sobre la relación de Marina Mantega con el Banco del Brasil. De acuerdo con el informe, la hija del ministro estuvo con Caffarelli varias veces en el Banco del Brasil en São Paulo para encaminar acciones judiciales. Caffarelli confirma los encuentros, pero Marina niega los cargos.

**Marina:** No tengo nada que ver con eso. Trabajo con el mercado de Oriente Medio. Las personas que vienen aquí lo hacen para invertir dinero en Brasil. No tengo nada que ver con el Banco de Brasil o con cualquier institución del gobierno.

Colaboradores del PT implicados en la elaboración del expediente también fueron escuchados por la *FSP* y negaron su participación en el caso. A través de su consejo, el ministro Guido Mantega, dijo que no hablará sobre el expediente en contra de su hija.

#### 4.8.2010

El caso de Marina Mantega deja las páginas del periódico, dando lugar a decisiones del STF – Supremo Tribunal Federal, con el tema: Ficha Limpia. Otro caso que toma importancia es el Escándalo del organismo tributario brasileño. “Registro en notario y relaciones familiares va en contra de la versión del PT.” Con esta frase, el apartado, **elección 2010** abrió la noticia que mostraba que algunos documentos podrían probar que la persona que ha manejado los documentos de la hija del candidato, José Serra, era afiliado al PT desde 2003. En relación al proceso, ficha limpia, el periódico *O Globo*, no se pronuncia con agresividad todavía, trata los casos con naturalidad, buscando apenas informar los datos, como el caso del candidato a gobernador de Alagoas, Ricardo Lessa.

**O Globo:** El Pleno del Tribunal Electoral Regional de Alagoas (TRE-AL) anuló por 6 votos contra 1, la solicitud de registro del ex gobernador Ronaldo Lessa (PDT), de candidatearse al Gobierno del Estado en las elecciones de este año.

El apartado, **elección 2010**, registró también la decisión del TRE/ES en relación al registro de candidatura del ex presidente de la asamblea legislativa, José Carlos Gratz (PSL/ES), condenado 5 veces en el momento que él presidía la asamblea.

#### 5.8.2010

La noticia destacada de esta edición fue el resultado del debate que ocurrió en la *TV – Badeirante*. La nota mostraba detalles de las críticas de Serra a Dilma Rousseff. Los puntos más enfatizados por el periódico fueron, la electricidad y la salud.

**Serra:** "Recuerdo que él [el programa Luz para Todos] es una extensión de un programa del gobierno de Fernando Henrique [Cardoso]", es decir, el programa Luz en el Campo.

**Reportero:** Serra volvió a preguntar Dilma, esta vez sobre el final del grupo de trabajo de la salud – el cual él calificó en varias ocasiones como "crueldad". El PT evitó la confrontación.

**Dilma:** Yo no estoy en contra de esfuerzo conjunto. Supongo que es sólo una medida de urgencia. Esto no puede ser nuestra función en la política de salud.

Otras noticias destacadas fueron: cuáles son los documentos exigidos para votar en la elección 2010 y que la elección 2010 tendrá más de 200 mil votantes en el exterior.

### **6.8.2010**

Dos días después del primer debate televisivo, el apartado de política del periódico *O Globo*, publicó la encuesta realizada por la *CNT/Sensus*. De acuerdo con el periódico, la candidata Dilma Rousseff, obtuvo 41% de las intenciones de votos, en contra del 31,6% de José Serra. En tercer lugar surgió la senadora Marina Silva, con 8,5%. Una segunda noticia mostró que, aliados de otras provincias, dejaron al candidato Serra fuera de propagandas en la televisión. La intención de la noticia era mostrar que, si el candidato hubiera sido contemplado con más visibilidad, podría haber tenido una mejor colocación en la encuesta. El apartado, **elección 2010** del día **7.8.2010**, trajo a Lula como estrella del partido de los trabajadores. La noticia da continuidad al tema del día anterior. El reportero, Moacir Assupção, afirma que el candidato del PSDB aparece de forma discreta, Lula se destaca en varias provincias. En esta misma fecha aparece un cuadro mostrando las campañas políticas del PT en varias localidades, como, Río de Janeiro y Minas Gerais, donde el senador Aluizio Mercadante, pide votos para la candidata del PT y Lula aparece durante 20 segundos en el VT. El cuadro también mostró los candidatos de base del partido, donde Lula también tuvo participación positiva.

### **8.8.2010**

Las campañas políticas de los presidenciables en la TV fue el tema destacado del apartado de política en esta fecha, juntamente con los resultados de encuestas electorales. De acuerdo con el reportero, André de Souza, el inicio de la publicidad en la TV coincide con el momento en que aparece Serra por la primera vez detrás de Rousseff en la encuesta del instituto de investigación Datafolha. Otro tema que llamó la atención de los votantes, y fue debate polémico del partido político PSOL, fue el ‘Beso Gay por la Diversidad’ en el horario gratuito electoral en la provincia de São Paulo. En **9.8.2010**, el beso gay continuó causando polémica. De acuerdo con el periódico fue debido al horario de exhibición de las imágenes. “Fue justo después de las 13h, cuando dos

hombres salieron besándose en la publicidad electoral del partido político PSOL en São Paulo.” (*O GLOBO*, 9.8.2010), en esta fecha el apartado político trajo también las reglas de la entrevista en el *Jornal Nacional* que empezaron hoy, la primera entrevista será con la postulante al cargo de presidente, Dilma Rousseff. Las entrevistas tendrán 12 minutos de durabilidad. Para el conductor, William Bonner, serán debatidos temas polémicos como: infraestructura, salud, educación e historia de los candidatos. Otras noticias políticas publicadas en esta fecha fueron de cuño local o regional.

### **10.8.2010**

“Entrevista en el estudio del *Jornal Nacional* mostró el otro lado de la candidata Dilma,” fue el título de la noticia. El apartado político, ha hecho recorte de la entrevista mostrando preguntas duras de los conductores a la candidata del PT.

**O Globo/ JN:** la señora afirma que está en sintonía con Lula, sumando a esto, el hecho de que ustedes no tienen experiencia y han tenido el nombre indicado directamente por él, ¿no hace que el votante vea a Lula como un tutor de su gobierno, en caso que Usted sea electa?

**Dilma:** Fue el brazo derecho de él en el proceso de transformar el Brasil en un país diferente. No veo ningún problema en mi relación con el presidente Lula.

**Bonner:** El Presidente dijo que ustedes maltratan los subalternos. ¿Es verdad candidata?

**Dilma:** No, el presidente no habló de maltratos, el presidente dijo que yo era dura.

**Bonner:** No, él dijo eso. Ustedes pueden ver, discúlpeme, pero su voz está disponible.

La edición de la noticia mostró apenas los puntos negativos de la candidata. El beso gay que fue destacado en los días anteriores recibió apenas un pequeño texto mostrando el repudio de los cristianos y católicos sobre el hecho.

### **11.8.2010**

En el apartado, **elección 2010**, llamó la atención, el medio ambiente, tema que marcó la entrevista de la candidata del PV, Marina Silva, en el estudio del noticiero *Jornal Nacional* una noche anterior. Por el tamaño de la entrevista (12 minutos) todas ellas fueron editadas. La entrevista trajo debates no solamente sobre el medio ambiente, sino también sobre coligaciones entre partidos políticos, tema sobre el cual la candidata del PV se defendió muy bien. Marina, también habló sobre la relevancia del medio ambiente para el desarrollo de Brasil. El periódico, *O Globo*, mostró equilibrio en la entrevista, publicando las preguntas y respuestas en forma íntegra. En la entrevista, uno de los momentos críticos fue la relación de Marina Silva con el PT, recordando momentos en que la candidata era ministra de medio ambiente de Lula. Además de una noticia sobre la próxima entrevista con José Serra, el apartado mostró también que los tribunales regionales electorales de al menos diez provincias han autorizado el nombramiento de los políticos con antecedentes penales. Esto es rechazando las peticiones formuladas por el ministerio público y otras instituciones públicas.

### **12.8.2010**

La entrevista del candidato José Serra fue publicada en varios periódicos. En *O Globo*, temas polémicos como el caso del Rodanel en São Paulo, no criticar al presidente Lula y hasta sobre el despido de periodistas de la TV – Cultura, nada de esto fue publicado. La noticia mostró un candidato verdadero, amistoso, familiar. El tono de respeto del conductor Bonner también fue enfatizado en la noticia, cuando él pregunta: Ahora candidato ¿Cómo evalúa el riesgo que su postura sea interpretada como un temor a tener que enfrentarse a la gran popularidad del presidente Lula? La última noticia se pronunciaba sobre cuáles son las provincias que habían rechazado las peticiones formuladas por el ministerio público. En el día **13.8.2010** el apartado de política, trajo una entrevista con el presidente del Tribunal Superior Electoral (TSE), ministro Ricardo Lewandowski, explicando que en casos de pruebas concretas y casos aislados se puede conducir a la autorización. La mayoría de las decisiones de los tribunales estatales-TREs que han dado a conocer las aplicaciones de "antecedentes penales" esta política no es contraria a la posición del TSE sobre el tema. Entre los recursos que el TSE debería comenzar a juzgar en esta semana, está el caso del diputado Sarney Filho (PV-

MA), que tenía la aplicación publicada por el Tribunal Electoral Regional de Maranhão (TRE-MA). Otra noticia mostró que la sociedad civil realizó campaña para que candidatos “Ficha Limpia” hagan las rendiciones de cuentas con el gobierno y la sociedad.

#### **14.8.2010**

El tema “Ficha Limpia” dio lugar a otro tema polémico en el apartado político **Elecciones 2010**. En esta fecha, el tema “Dossier del PT” abrió la primera página del periódico *O Globo*, mostrando la relación de Antonio Carlos Atella, el señor que falseaba las documentaciones de la hija de Serra, con el partido de los trabajadores - PT. El reportero, Flavio Ferreira, mostró en gráficos y fechas cuándo y cómo ha actuado el falsificador de documentos. En esta misma noticia también se puede ver la versión del PT y lo que pronunció la Justicia electoral sobre el hecho. Otra noticia destacada fue en la columna de Mauro Paulino, sobre el embate político entre Lula y Aécio Neves en la provincia de Minas Gerais – Sudeste brasileño. El último día de relectura del apartado de política de este periódico **15.8.2010**, la ‘novela’ del *Dossier* del PT continuó. La noticia mostraba que el periódico, *Folha de São Paulo*, había encontrado dos personas más de la familia de Atella en la ciudad de Mauá, São Paulo, afiliadas al partido PT y que habían participado de forma directa en la fabricación de documentos falsos. La noticia mostraba la intención del periódico de reconstruir la red que articuló toda la falsificación de documentos. Otra noticia mostraba en forma histórica que una de las hermanas de Atella, era una de las fundadoras del directorio del PT en la década de los ochenta en esta ciudad.

## 4.7. Conclusión

El informativo brasileño, *Jornal Nacional*, no siguió un patrón lineal<sup>145</sup> en los periodos analizados, como en meses anteriores a las elecciones. Para una mejor visualización, los temas analizados fueron en partes divididos por actores políticos, como también en bloques como: entrevistas, debates y *jornal nacional* primera y segunda vuelta. Otra división en relación a los temas o categorías también fue dividida por actores políticos como ocurrió con la entrevista en la primera y segunda vuelta. Hubo categorías que fueron tratados por Dilma y Serra, como inversión en infraestructura y corrupción. También hubo otras, que fueron tratadas apenas por un actor político, como el caso Erenice Guerra y Nepotismo.

Observando los dos periodos analizados del *Jornal Nacional*, se puede constatar que las categorías: políticas sociales, campaña política, relaciones políticas, corrupción e inversión en infraestructura fueron los temas que tuvieron más visibilidad en el noticiero. Componentes como: planes sociales de construcción de casas populares; documentos necesarios para la votación y transposición del Río São Francisco también formaron parte de la agenda periodística del *Jornal Nacional*. Las cinco categorías conjuntas formaron en suma en la primera vuelta un total de 40 componentes y representaron 49% de la agenda. Estas mismas categorías en la segunda vuelta sumaron 59 componentes, es decir representaron 54%. El segundo bloque, tanto en la primera, como en la segunda vuelta, el tema que más tuvo representatividad en la agenda fue: el caso Erenice Guerra. Esta categoría sumó un total de 15 componentes y una visibilidad de 15%. Componentes como: Tráfico de influencias; escándalos políticos; relaciones políticas con Ciro Gomes formaron parte de esta categoría.

Aun con el tema aborto quedándose con 5% de representatividad en la primera y 4% en la segunda vuelta, fue tratado por los dos candidatos en cuatro momentos importantes de las elecciones, es decir, en las entrevistas de la primera y segunda vuelta y en el JN primera y segunda vuelta. Otro tema de gran visibilidad en el JN fue el caso, Erenice

---

<sup>145</sup> Referente al patrón lineal, el autor intenta decir que durante períodos no electorales no se ven entrevistas en el estudio del noticiero, como también debates y discusiones sobre temas polémicos fuera del horario del informativo. Como se explica en la nota anterior, algunos temas fueron contabilizados y otros analizados.

Guerra. Este tema, dejó solamente de ser tratado en el debate político, local donde fue relleno por políticas públicas y gubernamentales, con temas como: aumento del sueldo mínimo y preservación del medio ambiente, incentivo a estudiantes y mejorar plan de carrera para profesores de las universidades públicas. La categoría, seguridad, también tuvo su posición asegurada en la grilla con 6% en la primera y 5% en la segunda vuelta. El tema era tratado siempre en consonancia con la seguridad, nacional, estadual y municipal, buscando siempre un punto de equilibrio con los eventos deportivos a partir de 2014.

El último, fue el grupo representado por 6 categorías, entre ellas están: nepotismo, política contra religión, economía, medio ambiente, política externa y desempleo, que todas juntas sumaron en la primera vuelta 18 componentes y representó 19% de la agenda. En la segunda vuelta los mismos temas sumaron un total de 20 categorías y representaron 20%. Entre los componentes estuvieron presentes subtemas polémicos como: nepotismo, tratándose de la contratación de la hija del Paulo Preto por el candidato a presidente, José Serra, cuando era gobernador de São Paulo, escándalo del organismo tributario del Brasil y compra de *dossier* por parte de integrantes del partido de los trabajadores. Aun, dentro de este grupo se puede observar la baja visibilidad que fue dada a temas importantes como: los económicos y política externa. La sensación que se tenía, era que a pesar de estar frente a una crisis económica mundial, Brasil estaba inmunizado y en relación a su política externa, se vivían periodos favorables.

Por parte de la prensa escrita brasileña, la política editorial adoptada por los periódicos, *Folha de São Paulo* y *O Globo* no fueron tan diferentes, cuando relacionamos sus posturas en relación al oficialismo. El periodo analizado se refiere a la pos-convención, momento en que todos los candidatos ya tienen su candidatura confirmada. La *Folha de São Paulo*, en su apartado político busca repetir en parte la agenda televisiva de Globo, publicando temas que son referenciados en el JN no Ar, debates televisivos y debates de otras emisoras. Los temas centrales de los periódicos en este periodo fueron: Escándalos políticos, corrupción y clientelismo. Temas como el *dossier* del PT, Escándalo del organismo tributario del Brasil, Ficha Limpia, denuncias, ofensas y la relación del PT

con las Farc; son temas que de una forma u otra evalúan a Dilma o al PT en forma negativa.

Otro punto levantado por los periódicos y consistentemente debatido en los medios de manera general fue la falta de competencia de Dilma Rousseff para gobernar Brasil. Ese tema fue debatido en la entrevista que la candidata dio en el noticiero, *Jornal Nacional* que fue editado por el *O Globo* de forma negativa. Otros candidatos, se puede decir, fueron evaluados en forma positiva o neutra. El candidato Serra, competidor directo de Dilma, fue siempre tratado de forma neutral y en algunos casos positivamente, los periódicos siempre buscaron mostrar su lado educado y amigable. Otro punto, también evaluado negativamente por los periódicos, fue la asociación de la imagen de Dilma a la de Lula. Los editores y reporteros siempre buscaban mostrar una candidata insegura, llegando a rechazar el texto o la imagen del presidente (Lula) en determinadas ocasiones.

En los próximos capítulos se señala la campaña electoral 2011 en Argentina y sus respectivas agendas encuadradas tanto por los partidos políticos, como por el noticiero *Telefe Noticias a las 20h*.



## **5. LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2011 EN ARGENTINA.**

El apartado de las Campañas Electorales en Argentina 2011 tiene por objetivo central demostrar cuáles son los temas que hicieron parte de las agendas políticas de los partidos analizados, es decir, FPV – Frente Para la Victoria y FAP – Frente Amplio Progresista y de que forma estos temas fueron publicados en el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*. Para entender el momento en que ocurrió las campañas se hace necesario una contextualización socioeconómica y política de la época y cuáles son los índices económicos que tenía Argentina. Este tema será tratado en el punto 5.1, donde también se verá una base económica sólida dejada por el ex presidente argentino, Néstor Kirchner.

Los subcapítulos 5.2 y 5.3 traen como fuente de análisis, documentos que resumen las ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendidas por los candidatos. En estos apartados serán presentadas las plataformas políticas en forma de tablas para ver cuáles son los temas que los partidos buscaron trabajar en sus campañas. Las páginas web oficiales de los partidos también serán analizadas para saber cuáles son los temas publicados en estas plataformas. El partido FPV- Frente para la Victoria diferente del FAP- Frente Amplio Progresista no tendrá documentos secundarios, cartillas, como ejemplo, para análisis. En estos tópicos también serán usadas entrevistas con asesores políticos, coordinadores de campañas, gestores de contenidos, profesionales de marketing, políticos y científicos sociales, como también opiniones expresadas públicamente por políticos y periodistas.

En Argentina las elecciones presidenciales 2011 fueron resueltas en apenas una vuelta, diferente de Brasil. Para llegar a la conclusión de este apartado, los temas serán divididos en categorías y componentes y después transformados en porcentaje, donde se verán cuáles fueron los temas más importantes para los respectivos partidos. Esto puede facilitar la identificación de los temas que formarán parte de la agenda periodística del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* en el periodo de campaña, tópico que será analizado en el punto 5.4.

En este subtópico, 5.4 se verá un análisis textual del comportamiento del informativo analizado, el cual se transformará en números y porcentaje en el apartado 5.5, es decir, la muestra. En este último las noticias publicadas por *Telefe Noticias a las 20h* recibirá un evaluación, confirmando así la parcialidad ou imparcialidad del informativo. Por último, buscará mostrar lo que la prensa escrita- *Clarín* y *La Nación*-<sup>146</sup> publicaron sobre las elecciones nacionales Argentina 2011. El motivo de este análisis es la falta de una segunda vuelta, como ocurrió en Brasil (31.10.2010) y la realización de las primarias ocurridas en Argentina, en el día 14 de agosto de 2011. Las fechas analizadas serán de (1.8.2011) hasta (15.8.2011), es decir, la fase caliente de las elecciones primarias argentinas.

## **5.1. Contexto Socioeconómico y Político**

El cambio, como discurso político, parece ser una estrategia de política comunicacional en Sudamérica. Es como si la población estuviera siempre descontenta con sus gobiernos y con sus formas de gobernar. En las elecciones nacionales argentinas de 2011 no fue diferente. Temas como inseguridad, desempleo, corrupción, relaciones internacionales, comercio exterior y política gubernamental formaron parte de las agendas políticas de varios partidos. En el caso particular argentino, el discurso del ‘cambio’ empezó en 2002 con la estrategia de comunicación política de Néstor Kirchner.

En la visión de Curi (2010), en dos años, y en un escenario de fuerte fragmentación política y partidaria y frente a una sociedad que prácticamente lo desconocía y descreía de la dirigencia política, Kirchner logró restablecer la gobernabilidad y la autoridad presidencial y ha construido una relativa sólida base de poder. Kitzberger (2005) también señala que de esta forma, Kirchner fue obligado a salir a construir inmediatamente legitimidad y liderazgo en la política pública y que esta herramienta permitió al gobierno en el corto plazo disciplinar y encolumnar actores sociales, grupos parlamentarios y gobernadores.

---

<sup>146</sup> Sobre la prensa escrita, tomamos como referencia los periódicos ‘*O Globo*’ y ‘*Folha de São Paulo*’ (Brasil) y ‘*Clarín*’ y ‘*La Nación*’ (Argentina).

Como forma de conquistar al electorado independiente y asegurar su hegemonía política, Kirchner buscó trabajar con elementos que los diferenciase de los otros políticos que ya habían ocupado el puesto de Presidencia de la República Argentina. Entonces, en el periodo de su legislatura, el presidente utilizaba técnicas discursivas como: ellos/nosotros, pasado/presente, dignidad social o nosotros argentinos. El mandato de Kirchner fue de 2003 hasta 2007, donde varios cambios, políticos, económicos y sociales ocurrieron dejando así una base política sólida para su mujer, Cristina Fernández Kirchner, electa en 2007 en la primera vuelta con un porcentaje de 44,9%, más de 20% a delante de la segunda candidata, Elisa Carrió.

De acuerdo con medios de comunicaciones nacionales e internacionales<sup>147</sup>, más allá de que Néstor Kirchner haya dejado el cargo de presidente, no ha dejado de ser gobernante, es decir, empuña su estilo y voluntad, ya que para muchos argentinos fue él quien sacó a Argentina del caos político económico dejado por sus antecesores. En el primer semestre de la primera legislatura gubernamental de Cristina Kirchner fue difícil implementar una agenda bilateral con Brasil. Temas como el comercio de trigo, acuerdo automovilístico y cooperación en las áreas nuclear y militar estuvieron en pauta. Los dos países tuvieron que luchar juntos para mantener el abastecimiento de gas advenido de Bolivia, después que el presidente, Evo Morales publicase que su país no tenía la posibilidad de mantener el acuerdo firmado en 2003.

También en este periodo, los dos países buscaron la construcción conjunta de un vehículo blindado para la finalidad militar. Otro acuerdo bilateral revisto en este periodo fue la tarifa de exportación del trigo por parte de la Argentina para Brasil. De acuerdo con autoridades brasileñas, la cantidad en toneladas de trigo exportada por Argentina no era suficiente para eliminar el riesgo de abastecimiento del mercado brasileño, por eso, Brasil buscó beneficiar a otros productores como Canadá y los Estados Unidos. Otro punto polémico entre los dos países fue el libre cambio de bienes en el sector automovilístico, tema que Brasil esperaba una solución desde 1999. Delante de esta

---

<sup>147</sup> Véase *Folhas de São Paulo*: “País da Incerteza, (18.2.2008)”, Estado de São Paulo: O projeto do casal é aumentar o controle sobre a imprensa, (21.2.2008)”, Clarín: ”Los K y la construcción del Poder, (10.2.2008)”, La Nación: “Cristinismo de Estado, (1.3.2008) y revistas como: Noticias: La Cristina que viene (11.1.2008)” y *Veja*: O futuro é uma incerteza (19.2.2008), todos en el periodo febrero de 2008.

situación, la única posibilidad que la presidenta argentina tenía para esquivar la crisis energética fue buscar ayuda en Venezuela y cambiar alimentos por combustible.

Cristina Kirchner en el primer semestre de 2008 no enfrentó apenas problemas con el comercio exterior. En inicio de abril del mismo año, la presidenta puso en marcha un paquete de beneficios<sup>148</sup> que tenía como objetivo contener la furia de los pequeños y medianos agricultores, los cuales exigían la suspensión de los aumentos de los impuestos sobre las exportaciones agrícolas. Debido a la paralización de los agricultores y piqueteros, la capital argentina enfrentó por la primera vez en toda su historia una escasez de carne bovina, principal ítem de su alimentación diaria. Además de la falta de abastecimiento interno, la paralización de los agricultores también comprometió la exportación de productos agrícolas, como la soja. En 2008, la inflación llegó casi al 35%. Con toda esa situación vivida por Cristina, la peor fue la caída del ahorro tributario por parte del gobierno que llegó a perder casi 700 millones de dólares en este mismo año.

En los primeros tres meses de 2009, faltando 48 horas para el cierre de la lista de los candidatos a diputados nacionales, el ex presidente Néstor Kirchner deja abierto su verdadero propósito político al decir que asumiría ser concejal o diputado. De acuerdo con especialistas brasileños y argentinos<sup>149</sup> los Kirchner buscaron formar un proyecto dinámico, con un estilo propio de hacer política, es decir, *quien no está con nosotros, está en contra nosotros*. En el día 27 de octubre de 2010, la muerte de Néstor Kirchner desestructuró el juego político y obligó al gobierno y a la oposición a buscar nuevas estrategias políticas debido a que el ex presidente era el principal candidato para la presidencia en 2011.

Es la primera vez en la historia argentina que la ausencia de alguien, que no es el presidente degenera una situación como

---

<sup>148</sup> De acuerdo con El ministro de economía (2008), Martín Lousteau, el paquete incluía la devolución tributaria automática a los pequeños y medianos agricultores, establecía subsidios para flete de productores que estuviera a más de 400 kilómetros lejos de la área portuaria, facilidad para hacer el registro de exportación de trigo y la implantación de una subsecretaría de desarrollo agrícola, además de subsidios a la producción de lácteos de consumo popular. (Clarín, Gobierno amenaza agricultores con confiscación de productos, 18 febrero de 2008).

<sup>149</sup> Osvaldo Iazzetta y Marcelo Cavarazzo (Argentinos); Marcus André Melo y Bolívar Lamounier (Brasileños)

ésta. Esto muestra que la Argentina está viviendo una situación anómala. Lo institucional estaba subordinado a lo político. La ausencia de Kirchner deja la sensación política de que falta el presidente y que el vice, ahora tiene que actuar. (FRAGA, *O Globo*, 28 octubre 2010).

Después de la muerte de Néstor Kirchner varios medios de comunicación mostraban a Argentina como un país de futuro incierto, todo esto debido al “aborto” del plan dinástico hecho por la pareja Kirchner. Un año antes de las elecciones nacionales de 2011 ya había 9 nombres de oposición a Cristina Kirchner para competir por la Presidencia de Republica.

En una investigación hecha por el doctorando, Pablo Dalle<sup>150</sup> (2010), sobre la estratificación social y movilidad en Argentina (1870-2010) muestra que el periodo de 2003-2010 tras un intenso y sostenido período de crecimiento económico impulsado por un cambio de modelo de desarrollo económico-social y que se produjeron transformaciones aceleradas en la estructura social argentina. Según la investigación, después de la crisis económica del 2001 – 2002, el Estado impulsó transformaciones en el modelo de desarrollo económico-social sosteniendo un tipo de cambio alto que favoreció especialmente la industria en todos sus segmentos. El análisis de la evolución del empleo en el periodo 2003-2009 muestra el impacto favorable del cambio de modelo de desarrollo económico-social sobre el mercado de trabajo.

**Tabla 34:** Evolución de la Población Económica Activa, la tasa de desempleo y la PEA ocupada según categoría ocupacional. Argentina, total urbano, periodo 2003-2009.

	<b>2003</b>	<b>2009</b>	<b>2003-2009% De crecimiento</b>
<b>Población económicamente activa (en miles de personas)</b>	<b>15.065</b>	<b>16.308</b>	<b>8,2</b>
<b>Tasa de desempleo</b>	17,3	8,8	-45,5

<sup>150</sup> Pablo Dalle es becario de doctorado del CONICET, con sede en el Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Docente de Metodología de la Investigación Social I, II y III.

<b>% Asalariados</b>	72,7	75,7	24,6
<b>% Obreros o empleados registrados</b>	37,1	48,3	55,9
<b>% Obreros o empleados no registrados</b>	35,5	27,4	-8,0
<b>% Patrones</b>	3,5	4,4	53,2
<b>% Cuenta propia</b>	21,8	19,1	4,7
<b>% Trabajadores familiares</b>	2,1	0,8	-54,2

Fuente BEL – Dirección de Estadísticas y Estudios Laborales – SSPTyEL en base a EPH – INDEC – Segundo trimestre de cada año 2010.

Analizando la tabla 34 se observa que la tasa de desocupación disminuyó progresivamente (pasando de 17,3% a 8,8%). Según la investigadora del instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, Ruth Sautu, esta disminución fue impulsada por un crecimiento económico vertiginoso que produjo una expansión de oportunidades ocupacionales.

La evolución de los ocupados según categoría ocupacional en el período 2003-2009 muestra el crecimiento de los asalariados y en su interior el aumento progresivo de los trabajadores registrados, con cobertura social y la disminución del empleo precario. (Entrevista, Ruth Sautu, 7.10.2011, UBA – Buenos Aires).

En su artículo, Dalle (2010) muestra datos basados en el estudio de la evolución ocupacional hasta 2005<sup>151</sup>, donde el crecimiento del empleo registrado había incorporado hasta ese año más a las personas de los quintiles de ingresos medios y medio-alto, mientras que las situadas en deciles inferiores habían accedido más a ocupaciones no registradas. Otro indicador que muestra disminución en el período de 2003 a 2009 basado en la distribución fue el nivel de desigualdad.

En el mes que se realizaban las elecciones nacionales argentinas (10.2011), investigadores del instituto Gino Germani y profesores del departamento de Ciencias Sociales de la UBA se reunían para discutir sobre el futuro de Argentina. En el seminario que tenía por título: “A dónde queremos llegar”, varios sociólogos,

<sup>151</sup> Véase Salvia, Estafan, Comas (2007) y Chitarroni y Cimillo (2007).

políticos y comunicólogos buscaban responder la pregunta: a partir de la coyuntura actual, ¿a dónde va Argentina? Para algunos estudiosos, primero se tiene que preguntar, “dónde estamos”, antes de preguntar “a dónde vamos”. En el primer momento, se habló sobre la fragmentación del peronismo como también de la oposición. Otro punto debatido entre los investigadores fue la reforma política que despuntaba como tema en los medios de comunicación como: parlamentarismo contra presidencialismo.

Para la investigadora, del CONICET, Liliana del Ritz (2011), una ley nunca será respetada mientras no se valoren los políticos y el congreso, y es justamente lo que estaba pasando en Argentina en su momento electoral. Para la investigadora antes de cualquier cosa el gobierno tenía que resolver: el impacto de la crisis mundial, esperar para ver como se comportaba Brasil con su cambio de política interna y externa, controlar la inflación y ver cuál sería los impactos reales de la bajada en los precios de la commodities. “En cuanto esto, no sabemos a dónde vamos.” (Ritz, Seminario: a dónde queremos ir, UBA, 7.10.2011).

Para la coordinadora del seminario, Christina Bramuglia (2011) intentando explicar la pregunta “a donde va Argentina” dejó claro que el Kirchnerismo representa el final de un círculo de modificaciones entre Alfonsín y Duhalde. “Lo que está sucediendo hoy es la contradicción de la política de los últimos 20 años.” En la conclusión del seminario, la coordinadora también aclaró que: en Argentina hay una crisis ideológica de la izquierda, la inflación argentina es formada a través de peleas entre líderes y monopolios empresariales y que en la campaña política de 2011 no había debates sostenibles y por eso no valía la pena entrar en determinadas discusiones. La investigadora aconsejó que la presidenta, Cristina Kirchner debería tener una ideología política y juntarse con personas a través de esto y no a través de imágenes.

Incluso la presidenta contando con una base política sólida dejada por su ex marido, Néstor Kirchner, las elecciones nacionales argentinas de 2011 transcurrieron en un periodo crítico para el Kirchnerismo. El partido político de la candidata a la presidencia de la República, Cristina Kirchner fue derrotado en agosto de ese mismo año en Buenos Aires por casi 29 puntos, perdiendo así el puesto del jefe de Gobierno porteño para el

candidato, Mauricio Macri del partido político, Unión-Pro<sup>152</sup>. El Kirchnerismo también perdió en dos provincias importantes del nordeste argentino como: Corrientes y Chaco. Lo mismo también ha pasado en Rosario. Asociaciones como, las Madres de Plaza de Mayo<sup>153</sup> conocidas por su oposición al gobierno y que se volvieron militantes de Cristina fueron envueltas en escándalos de corrupción, donde la jefa de la organización, Hebe de Bonafini fue cuestionada por desvío de divisas y retención de impuestos. La líder de esta organización también está siendo investigada por la justicia, por beneficiarse del programa de vivienda, es decir, programa de desarrollo perteneciente al plan del Gobierno Nacional.

### **Imagen 22: Las Madres de Plaza de Mayo**



Plaza de Mayo (2011)

Faltando un mes para las elecciones nacionales, Argentina de 2011 intensifica la campaña negativa de los medios de comunicación contra la presidenta. El periódico, *La Nación* publicó en el día 23.9.2011 que un grupo de jueces pidieron una lista con el nombre de los periodistas que escribieron sobre la inflación. El hecho es que, el Gobierno no concordaba con el número de la inflación publicado por la prensa. La

---

<sup>152</sup>Unión-Pro fue una alianza política de centroderecha que surgió en Argentina en 2007 integrada por los siguientes partidos: Partido Federal, Unión del Centro Democrático, Recrear para el Crecimiento, Propuesta Republicana (ex Compromiso para el Cambio), Unión Celeste y Blanco, Partido Popular Cristiano Bonaerense y Partido Nuevo Buenos Aires.

<sup>153</sup> De acuerdo con el periódico, *La Nación* (24.9.2011), la asociación de las Madres de Plaza de Mayo tienen: Universidad Popular, Fábricas de Paneles, Imprenta, Biblioteca Popular, Café Literario, Espacio Cultural, Librería, Jardín de Infantes, Centro de estudios económicos y monitoreo de las políticas públicas, Radio y Programas de Televisión.

noticia explicaba que, según el Gobierno, los datos inflacionarios divulgados por el instituto gubernamental Indec no corresponden a los datos publicados por la prensa, con eso el gobierno entró en la justicia contra varios periódicos y periodistas, reforzando así una pelea sin precedentes contra los medios<sup>154</sup>.

### **Imagen 23: Manifestacion de Estudiantes Imagen 24: Manifestación del CAT**



En frente a la biblioteca del Congreso (2011)



En frente a Casa Rosada (2011)

Algunos hechos de la izquierda intentan parar con la subida de Cristina en las encuestas políticas. En el último mes de campaña presidencial varios movimientos fueron vistos contrariando las órdenes del Gobierno, como el caso de los ferroviarios opositores y la Central de Trabajadores Argentinos (CTA). Por último, los medios no paraban de publicar noticias sobre el escándalo de las Madres de Plaza de Mayo vinculado al programa de vivienda del gobierno nacional. Fue en medio de todos estos movimientos económicos y socio-políticos cuando el Kirchnerismo se fue imponiendo en la persona de Cristina Kirchner, la cual logró en el día 15.8.2011 (Elecciones Primarias) una victoria con 50,03% sobre los otros candidatos.

En las primarias hubo 10 candidatos a Presidencia de la Republica Argentina. Como afirmó el periodista, Eduardo Aliverti (20.10.2011) en su programa, 'Marca de Radio'. "Con las primarias, la presidenta dio un gran paso hacia su reelección." La reelección de Cristina Kirchner en las Elecciones Nacionales Argentina ocurridas en el día 23.10.2011 fue el resultado de un trabajo desarrollado desde 2002 por su esposo, Néstor Kirchner,

<sup>154</sup> La orden judicial alcanzó a los diarios: *La Nación*, *Clarín*, *Ámbito Financiero*, *El Cronista Comercial*, *BAE* y *Página 12*.

el cual, según estudios mostrados por el instituto de investigación, Gino Germani ha conducido a cambios importantes en la sociedad argentina.

## **5.2. Agenda Política del FPV**

Para un estudio más sistemático de la agenda política del partido, FPV – Frente Para la Victoria, la investigación cuenta con testimonios de profesionales que trabajaron directa o indirectamente en la campaña política presidencial de Cristina Kirchner, como también de intelectuales. El conocimiento de estos profesionales busca contribuir a las hipótesis que guían el trabajo aquí desarrollado. En el caso particular de la presidenta de la República Argentina, Cristina Kirchner, según Sorj (2010), en sus reuniones ministeriales siempre debe tener presente su propio equipo de televisión, el cual envía las imágenes directamente a los noticieros. Para ese autor, los países latinoamericanos que pasaron por la dictadura en los años sesenta y setenta, fueron obligados a construir su base social y política en la década de los ochenta, en el mismo momento en que la televisión se expandía, se fortalecía y adquiría mayor autonomía política.

De acuerdo con el reportero, Rubén Pereyra<sup>155</sup>:

Fuera de los temas políticos clásicos que deben ser trabajados y discutidos en todas las campañas políticas, como: educación, economía, problemas sociales, salud, política nacional, internacional y externa, la Agenda política kirchnerista trató mucho más con temas como, las Malvinas, peleas partidarias, rivalidad con la prensa, movimientos sociales y un poco de desarrollo industrial. Lo que nos faltó fue una política, que nos proyecten fuera de las fronteras regionales. (Entrevista, Buenos Aires, 17.1.2012)

En la visión del periodista, en la agenda política presentada por el partido FPV- Frente para la Victoria faltaban más temas que proyectasen la Argentina a un nivel internacional. Analizando el sondeo realizado en octubre de 2010 por la consultora

---

<sup>155</sup> Rubén Pereyra es periodista político de la revista, *Veintitrés* y hacia parte de la equipo de comunicación de campaña del partido FPV.

Graciela Romer y Asociados realizado en el área metropolitana de Buenos Aires, el 57% de la población consideraba que Cristina Kirchner era la presidenta que siguiendo la política implantada por su marido, era la que mayor compromiso había demostrado en el combate a la corrupción, enfrentamiento con los medios, la posibilidad de ascenso de clase a la gente más humilde y ha desarrollado una política de continuidad del mejoramiento de las instituciones del Estado.

Con el objetivo de hacer un análisis de la agenda política del partido, Frente Para la Victoria, buscamos analizar dos documentos que los llamamos de fuentes primarias. Los mismos resumen las ideas, propuestas y principales líneas de acción pretendida por los candidatos.

**Tabla 35: Presentación de los documentos de la agenda política del FPV**

Fuentes	Programa de Gobierno
Primarias <sup>156</sup>	Página Oficial del Partido

Primeramente, tomamos como punto de partida para el análisis de la campaña política del FPV el programa oficial de gobierno<sup>157</sup>, el cual contiene 9 páginas y fue apoyado por la alianza, (PJ, FG, PI, PC, PH, CSA, PP, PV y CK), también trata de cuatro temas específicos (economía, política, social y cultura) que fueron divididos en diversos subtemas. Para una mejor visualización y comparación con la agenda periodística del *Telefe Noticias a las 20h* que será presentada en el punto 5.4 y la muestra en el punto 5.5, seguirá una tabla, donde se exponen todos los temas y subtemas de ese programa.

<sup>156</sup> Las fuentes secundarias argentina (Folletos y Folders) no fueron presentadas, por el hecho de ellos haber traído sólo fotos con algunas leyendas y no textos, donde se podría hacer la análisis de sus contenidos. Las cartillas reproducían el contenido total o parcial del programa de gobierno puesto en la plataforma política del partido.

<sup>157</sup> Al contrario de Brasil, el plan de gobierno argentino no está controlado por ningún Poder. En realidad, el plan de gobierno no es controlado por el poder judicial de la argentina, tampoco necesita ser aprobado por nadie, es diseñado por la fuerza gobernante y debería estar íntimamente relacionado con las plataformas electorales. Ahora bien, el presupuesto que refleja la distribución de fondos (entre otras cosas) para llevar a cabo dicho plan, si es discutido por el parlamento argentino y debe ser aprobado por el mismo. Ahora bien, por pujas políticas, en varias ocasiones no lo han aprobado, si no me equivoco sucedió para el presupuesto 2011 En este caso es complicado porque gobiernan con el presupuesto del año anterior y hacen distintas enmiendas mediante decretos y otras herramientas constitucionales que tiene el poder ejecutivo. La no aprobación del presupuesto funciona en general como presión política por parte del bloque opositor. Por su parte, la justicia no tiene injerencia en el plan, excepto que haya una denuncia o problemas de poderes entre el ejecutivo y el legislativo. (Entrevista, Miguel Noline, Docente de la Universidad de Avellaneda, 27.2.2013).

**Tabla 36: Presentación de la Plataforma Política del FPV para la campaña electoral de 2011.**

Temas	Subtemas
<b>1. Economía</b>	<p>Nuevo modelo económico de desarrollo; la articulación entre crecimiento económico e inclusión; desindustrialización; desempleo; huellas del neoliberalismo; intervenir en materia económica y social; reindustrializar el país; 2001 Bajó el imperio del mercado; la renegociación de la deuda pública; regulación de sectores claves de la economía constituyen pilares del modelo económico; fortalecimiento del mercado interno; generación de más de 5 millones de puestos de empleo; un fuerte proceso de desendeudamiento; superávit fiscal y comercial; acumulación de reservas; mayor y mejor gasto público; inversión pública en infraestructura a fin de promover el desarrollo territorial y mitigar las disparidades regionales; aumento de la economías regionales; equilibrar las cuentas públicas;</p>
<b>2. Política</b>	<p>Transformaciones estructurales; reversión del pasado; la política como instrumento del cambio social; reconstrucción; volver a hacer presente a un Estado; crear empleo; reconstruir nuestra presencia en el mundo; nuestra propia soberanía; la integración regional; nuevas políticas públicas; 2001 marcó el colapso del neoliberalismo; 2001 marcó un cambio de acumulación económicamente improductivo y socialmente injusto; 2001 marcó la ruptura de sucesivos gobiernos impotentes ante las corporaciones y los organismos financieros de crédito; 2003 significa el renacer de la nueva era política; reconstitución del Estado; reconstrucción de las capacidades estatales; el Estado no debe ser un obstáculo para el desarrollo, sino constituir una herramienta movilizadora y catalizadora de las energías sociales, económicas y políticas; En 2011 el gobierno del Frente para la Victoria, seguirá siendo el espacio de acuerdo a los diversos intereses sociales, atendiendo a la vida en común de todos y todas los argentinos y las argentinas; democratización; Implementar leyes como la de Servicios de Comunicación Audiovisual y la de Democratización de la Representación Política; garantizar la pluralidad de voces en el espacio público; compromiso irrenunciable con la memoria y con la justicia; respetar los derechos humanos; el combate al narcotráfico y el control de las fronteras; la detección y clausura de espacios de trabajo esclavo tanto en páginas urbanos como rurales; el respeto por las expresiones de todos los grupos sociales que habitan el país, con especial atención hacia las demandas de los pueblos originarios; fortalecer políticas de seguridad ciudadana democráticas, integrales y efectivas; expandir la económica con justicia social; reversión del modelo neoliberal; el sostenimiento de un tipo de cambio competitivo; implementación de políticas de ingreso; profundizar las políticas redistributivas y generar mayores y mejores puestos de trabajo; duplicar el PBI industrial en 2020, incrementar la capacidad exportadora, expandir</p>

	<p>las áreas de investigación y de innovación tecnológica, mejorar la infraestructura estratégica, generar las calificaciones requeridas por regiones y ramas de actividad, y crear polos industriales a fin de lograr eficiencia en logística y operatividad; La construcción de Unasur y el liderazgo de la Argentina; fortalecer la autonomía y soberanía nacional en el contexto internacional y de reposicionar a las naciones sudamericanas en el escenario global; Nuestra concepción es esencialmente multilateralista en los asuntos intencionales; ampliar la cooperación y el intercambio Sur-Sur;</p>
<b>3. Social</b>	<p>Equilibrio, transformación, justicia, responsabilidad y equidad social; sociedad democrática, trabajo digno, desarrollo humano; miseria; pauperización; dar dignidad a millones de personas; apostar por la educación y la ciencia como pilares de una sociedad innovadora e incluyente; satisfacción y realización de los intereses y demandas populares; el Estado como mediador de conflictos entre diversos intereses de la sociedad, defendiendo siempre a los más humildes; participación activa y protagonista de la ciudadanía; fomentar la aparición de nuevos canales de comunicación alternativos a los grandes medios concentrados, trabajando articuladamente con las universidades y las organizaciones sindicales y de la sociedad civil para el desarrollo de sus propios canales de comunicación; intensificar el acceso a las nuevas tecnologías; participación ciudadana; los recursos públicos, deben ser canalizados para el desarrollo de la sociedad en su conjunto y no en beneficio de una minoría privilegiada; política social de acceso al crédito para los pequeños y medianos productores e innovadores; exportación del sector agropecuario; creación de empleo como política social; reducción de la pobreza y la marginalidad; construyendo más de 1.000 escuelas; multiplicando el salario docente, reconstruyendo la enseñanza técnica y apostando por la ciencia como motor del desarrollo nacional; alumnos deben acceder a las nuevas tecnologías; ampliando el número de establecimiento educativos según las necesidades de cada zona; fortaleciendo la capacitación docente y produciendo distintos contenidos (impresos, digitales, televisivos)</p>
<b>4. Cultura</b>	<p>La inserción en el mundo desde el multilateralismo, la integración latinoamericana; cambio en las pautas culturales; aparición de nuevos canales y espacios efectivos de participación juvenil; Relaciones internacionales – Mercosur- tanto en materia económica como política, social y cultural;</p>

De acuerdo con la productora de contenido, Maria Del Gado<sup>158</sup> (2012), varios puntos señalados en la plataforma política del partido Frente Para la Victoria 2011 ya fueron debatidos y discutidos en coyunturas anteriores (2003/2007), principalmente los puntos

<sup>158</sup> Maria Del Gado fue productora en el equipo de gestores de contenidos de la campaña política de 2007. La entrevista fue concedida en Buenos Aires en el día 19.1.2012.

que se refieren a la reforma política, justicia, sociedad, trabajo y la democracia real. Siguiendo el programa de gobierno de Cristina Kirchner la productora destaca algunos puntos que deben ser observados con atención, son ellos:

- **Reforma política:** este punto busca mejorar la representatividad de la sociedad, al consolidar las instituciones del sistema democrático e incrementar la participación de la población.
- **Reforma administrativa:** Lograr mayor transparencia en la administración de recursos humanos, profesionalizar los distintos niveles de acción gubernamental, introducir nuevas tecnologías y promover el gasto eficaz.
- **Transformación del Sistema de Educación:** propiciar la educación permanente, mejorar la capacidad educativa, jerarquizar la función docente y crear órganos que regulen la enseñanza privada.
- **Transformación del Sistema de Salud:** Buscar descentralizar y autogestionar los hospitales públicos, jerarquización del personal de salud, optimización del funcionamiento de los centros de salud, implementación de un plan familiar integral y controlar los servicios prestados por los sistemas privados.
- **Justicia:** Defender la libertad y seguridad individual y la independencia del Poder Judicial, control sobre las fuerzas de seguridad y profundización de normas de control sobre funcionarios públicos.
- **Acción Social:** utilizar eficientemente los recursos disponibles para políticas sociales.
- **Cultura:** desarrollar programas que revaloricen la cultura nacional.
- **Población:** incrementar y redistribuir la población argentina.
- **Servicios Públicos:** asegurar eficiencia, calidad y precio dignos que deben tener las empresas privadas que brindan servicios públicos.
- **Medio Ambiente:** crear condiciones para el tratamiento de residuos, reforestación urbana, tratamiento de la contaminación visual y auditiva y educación ambiental es deber del Estado.
- **La Sociedad y el Trabajo:** tener asegurado su acceso, es un derecho de todos los habitantes, además el sistema de seguridad social debe extenderse a todo el ámbito familiar.

➤ **La Familia:** objetivar acciones primordiales del gobierno, ya que la familia es la organización social básica. Descentralización y Comunidad: se busca que la población participe en el día a día.

➤ **La Democracia Real:** producir mayor participación democrática de todos los ciudadanos, fortalecimiento del sistema democrático desde el respeto a las libertades individuales y a las instituciones del sistema, mantener la separación de poderes.

La plataforma electoral del FPV 2011 busca dar continuidad a un proyecto que en realidad empezó en 2003, todavía en la coyuntura de Néstor Kirchner y esto es muy claro en las colocaciones de Cristina. Lo que busca Cristina es una política de continuidad de un proyecto que viene funcionando. Claro, ¡que no somos tontos! Necesitamos de una mayor firmeza internacional, tenemos que ser más agresivos. Yo creo que en materia de política internacional tenemos mucho que aprender todavía de Brasil. (Del Gado, entrevista en Buenos Aires en el día, 19.1.2012).

El comunicólogo, Pietro Garibi<sup>159</sup> (2011) analizando las nueve páginas de la plataforma política del FPV, es más crítico. Él afirma en una entrevista a la revista, *Noticias* (22.10.2011) que la presidenta adelanta apenas algunos rasgos económicos de un eventual segundo gobierno. Garibi se refiere al texto que trata del “crecimiento económico e inclusión” teniendo como referencia el sostenimiento de un tipo de cambio competitivo, el cual para la presidenta, constituye un pilar del "modelo económico".

Garibi (2011) observa que en los últimos años, ese pilar del que habla la presidenta se viene deteriorando por la inflación en dólares que sufre la Argentina.

No se hace referencia a la pérdida del superávit fiscal este año, pese al crecimiento económico. Ni se menciona el problema de la inflación. Hay que percibir que una especialización de la economía argentina en agro y servicios sería insuficiente para

---

<sup>159</sup> Garibi ha hecho parte del departamento de comunicación de la coordinación de campaña oficialista de 2007.

configurar un sendero de crecimiento y de reducción de las dualidades sociales. (GARIBI, *Noticias*, 22.10.2011: 45).

En un artículo publicado en el periódico, *Página 12*, (21.10.2011), el economista, Adrian Ramos<sup>160</sup>, también critica algunos puntos económicos puestos en la plataforma política del partido FPV, principalmente en lo que se refiere al combate a la inflación. Para él, el primer paso no puede ser otro que restablecer la credibilidad en las estadísticas oficiales.

Es fundamental implementar una estrategia de anclas múltiples mediante políticas fiscales, monetarias y de ingresos consistentes, coordinadas y orientadas a estabilizar los precios, y una política cambiaria enfocada a evitar la apreciación de la moneda. (RAMOS, *Página 12*, Política, 21.10.2011).

En relación a la política fiscal, Ramos (2012) también está de acuerdo que, para alcanzar todas las fuentes de renta es necesario aumentar la base de tributación directa y desmontar progresivamente la maraña de subsidios regresivos que benefician a los sectores medios y altos, y privilegie en cambio, el gasto social y la inversión en infraestructura.

➤ **Página web del partido FPV - [www.frenteparalavictoria.org](http://www.frenteparalavictoria.org).**

La adaptación de la política es constante. Actualmente en internet es donde se producen los diálogos políticos más originales y enriquecedores. Los alemanes; Fritz Plasser (2003) y Gerd Strohmeier (2002) enfatizan que no hay cambio social o tecnológico que no influya en una campaña. Lo hizo la prensa escrita, la TV, la radio, hoy es el internet. Para los germánicos, esta herramienta es utilizada por los que quieren realmente competir, es a través de ellas, que los candidatos tratan de movilizar a sus electores y es a través de ellas que se construyen imaginaciones con mucho o pocos recursos. Para ello hacemos un análisis sobre el contenido que fue propagado en la página web del partido FPV, seguimos observando la misma fecha de los noticieros, es decir, 3.10.2011 a 21.10.2011. Dentro de esa página web trato de observar los contenidos de los apartados:

---

<sup>160</sup>Adrián Ramos es economista y fue coordinador de campaña del candidato a presidente, Ricardo Alfonsín en 2011.

Video del Partido, Partidos Políticos/Alianzas Electorales, Galería de Fotos, Últimas Noticias y Comentarios sobre FPV.

**Tabla 37: Página web del partido FPV**

<b>Formatos</b>	<b>Temas</b>
<b>Video del Partidos:</b> Entrevistas, reportajes, noticias en vivo, debates en locales públicos	Video educativo sobre el papel de las elecciones, video sobre las primarias, videos institucionales, videos propagandísticos, videos sobre apariciones públicas de la presidenta, entrevistas con autoridades internacionales, visita a obras en construcciones, entrevista con la prensa, video con la familia, video de concentraciones populares en la Plaza de Mayo, videos en la ONU, Video sobre construcción naval, Estímulo al desarrollo de la cultura, Inserción en el mundo. Relaciones con la comunidad internacional desde el proyecto regional MERCOSUR, Reforma del sistema de salud, Estrategia de defensa alimentaria, laboral, educativa, sanitaria y de seguridad.
<b>Partidos políticos/ Alianzas Electorales:</b> Links	Historias políticas de los partidos de alianza, apoyo al partido frente para la victoria, representaciones provinciales, educación, salud, seguridad, cultura, Democracia de base municipal, reforma electoral, Avance en la regionalización mediante acuerdos, Reforma del régimen de seguridad, Apoyo a la elección popular desde cero de todos los cargos electivos, Solvencia fiscal para el desarrollo de estos proyectos eliminando como política el endeudamiento irresponsable, La crisis ha sido el rostro de nuestro país durante las últimas décadas, Crisis económica, social, institucional, política y cultural, Vinculación seria y sustentable con los organismos internacionales
<b>Fotos – FPV – Frente para la Victoria</b>	El gobierno que hizo más justicia en los últimos 50 años, frente para la victoria, plan obra para todos los argentinos, fotos históricas del FPV, políticos del FPV, fotos de la campaña, fuerza Argentina, la fuerza de la vida,
<b>Últimas Noticias</b>	Reconstrucción de la pirámide fiscal, Defensa del trabajo argentino, Estrategia de defensa alimentaria, laboral, educativa, sanitaria y de seguridad, Remoción de los integrantes de la Corte Suprema de Justicia por los mecanismos previstos en la Constitución, Reformulación del Consejo de la Magistratura y creación de la Escuela Judicial para mejorar la selección y formación de jueces, Plan neokeynesiano de obra pública, construir un nuevo país requiere convicción y capacidad para unir los pedazos de una sociedad fragmentada, muerte de Steve Jobs,
<b>Comentarios sobre FPV– Frente para la</b>	Endeudamiento externo, desmantelamiento del sector productivo nacional, falta de igualdad en el sistema, noticias de repudios al partido y los dirigentes, Ley de medios, falta de

Victoria	trabajo para los jóvenes, comentarios a favor de Cristina y de su plan de gobierno, Compromiso educativo
----------	--

En la visión de Leandro Colling (2000), desde su creación, los medios de comunicación mantienen una relación estrecha con la experiencia política. En primer lugar la prensa, y, posteriormente, la radio y la televisión, han sido utilizadas estratégicamente por los políticos. Para Mastrini (2009) el primer uso fuerte de la televisión en las campañas políticas se produjo con los EE.UU. El candidato presidencial John Kennedy (1960), que supo utilizar la retórica de los medios de comunicación de masas para derrotar el poco carismático Richard Nixon. Más recientemente, el entonces candidato Barack Obama (2010) se utilizó para proyectar una política audaz de marketing, incluyendo estrategias para el uso de las redes sociales. Dando sustentabilidad a las palabras de Mastrini, Becerra, afirma que:

Hoy, en la era de la ‘sociedad mediatizada’, tomando la Argentina como ejemplo, los candidatos no pueden hacer caso omiso de las redes sociales (principalmente Facebook, Twitter y Páginas Web en general), pues, los profesionales de los medios de comunicación y el marketing político descubrieron en los usuarios de Internet un nicho de jóvenes votantes precioso. (Becerra, entrevista en Buenos Aires en el día 12.1.2012).

De acuerdo con Lucia Blanco (2011) Cristina Kirchner fue la candidata más citada en los medios sociales, seguida por el gobernador socialista, Hermes Binner de la FAP – Frente Amplia Progresista.

En la página web del partido FPV, el contenido puesto era una mezcla de la campaña física con la virtual, donde se podrían debatir y publicar diversos temas que estaban en pauta durante el día, como por ejemplo, la muerte de Steve Jobs, fundador de la Apple que reflejó enormemente en el Twitter. Estoy de acuerdo con la ‘charla’ de Becerra, cuando él habla sobre el poder de las redes sociales. Nuestra militancia política tiene una estructura bien definida y activa en diversas páginas web. En general, los equipos de campaña han sucumbido a las redes

sociales, porque éstos tienen más alcance, la mayoría del censo electoral tiene perfiles en estas páginas, además, gran parte de lo que sucede en las redes se refleja en los medios de comunicación tradicionales. Mira, que los contenidos también deben seguir un cierto grado de calidad, porque nuestro trabajo también estaba basado en estudios estadísticos. En Argentina, la utilización de la herramienta 2.0 por los políticos era posible porque fue mostrado a través de una encuesta realizada por la empresa Latinstock que el peso de los jóvenes entre 18 y 25 años en las elecciones ya representaba un tercio de los 28, 6 millones de argentinos. (BLANCO, asistente de contenido, Entrevista, Buenos Aires, 12.12.2011).

**Tabla 38 Análisis I de la Agenda Política del FPV**

Categorías	Componentes
<b>1. Economía</b>	Crecimiento económico e inclusión, nuevo modelo económico, desempleo, huellas del neoliberalismo, generación de más de 5 millones de puestos de trabajo, un fuerte proceso de desendeudamiento, superávit fiscal y comercial, acumulación de reservas, aumento de las economías regionales, el sostenimiento de un tipo de cambio competitivo, implementación de políticas de ingreso, Reconstrucción de la pirámide fiscal, endeudamiento externo.
<b>2. Política Nacional</b>	Fortalecimiento del mercado interno, equilibrar las cuentas públicas, implementar leyes como la de servicios de comunicación audiovisual y la de democratización de la representación política, expandir la económica con justicia social, reversión del modelo neoliberal, trabajando articuladamente con las universidades y las organizaciones sindicales y de la sociedad civil para el desarrollo de sus propios canales de comunicación, política social de acceso al crédito para los pequeños y medianos productores e innovadores , Reforma del régimen de seguridad, Solvencia fiscal para el desarrollo de estos proyectos eliminando como política el endeudamiento irresponsable.
<b>3. Social</b>	Política como instrumento del cambio social, nuevas políticas públicas, en 2011 el gobierno del Frente para la Victoria, seguirá siendo el espacio de acuerdo a los diversos intereses sociales, atendiendo a la vida en común de todos y todas los argentinos y las argentinas, la detección y clausura de espacios de trabajo esclavo tanto en páginas urbanos como rurales,

	Equilibrio, transformación, justicia, responsabilidad y equidad social, trabajo digno, desarrollo humano, miseria, pauperización, dar dignidad a millones de personas, apostar por la educación y la ciencia como pilares de una sociedad innovadora e incluyente, satisfacción y realización de los intereses y demandas populares, creación de empleo como política social, reducción de la pobreza y la marginalidad, ampliando el número de establecimiento educativos según las necesidades de cada zona, fortaleciendo la capacitación docente y produciendo distintos contenidos (impresos, digitales, televisivos), estrategia de defensa alimentaria, laboral, educativa, sanitaria y de seguridad, plan obra para todos los argentinos, defensa del trabajo argentino, estrategia de defensa alimentaria, laboral, educativa, sanitaria y de seguridad, falta de trabajo a los jóvenes.
<b>4. Cultura</b>	La inserción en el mundo desde el multilateralismo, cambio en las pautas culturales; aparición de nuevos canales y espacios efectivos de participación juvenil, social y cultural; Estímulo al desarrollo de la cultura.
<b>5. Justicia</b>	Reconstitución del Estado, el Estado no debe ser un obstáculo para el desarrollo, sino que debe constituir una herramienta movilizadora y catalizadora de las energías sociales, económicas y políticas, compromiso irrenunciable con la memoria y con la justicia, respetar los derechos humanos, remoción de los integrantes de la Corte Suprema de Justicia por los mecanismos previstos en la Constitución, reformulación del Consejo de la Magistratura y creación de la Escuela Judicial para mejorar la selección y formación de jueces.
<b>6. Salud</b>	Reforma del sistema de salud.
<b>7. Desarrollo y Infraestructura</b>	Desindustrialización, reindustrializar el país, inversión pública en infraestructura a fin de promover el desarrollo territorial y mitigar las disparidades regionales, transformaciones estructurales, reconstrucción, expandir las áreas de investigación y de innovación tecnológica, mejorar la infraestructura estratégica, intensificar el acceso a las nuevas tecnologías, construyendo más de 1.000 escuelas, reconstruyendo la enseñanza técnica y apostando a la ciencia como motor del desarrollo nacional, visita a obras en construcciones, Video sobre construcción naval.
<b>8. Educación</b>	Video educativo sobre el papel de las elecciones, Compromiso educativo, alumnos deben acceder a las nuevas tecnologías.
<b>9. Democracia</b>	Democratización, garantizar la pluralidad de voces en el espacio público, el respeto por las expresiones de todos los grupos sociales que habitan el país con especial atención hacia las demandas de los pueblos originarios, fortalecer políticas de seguridad ciudadana democráticas integrales y efectivas,

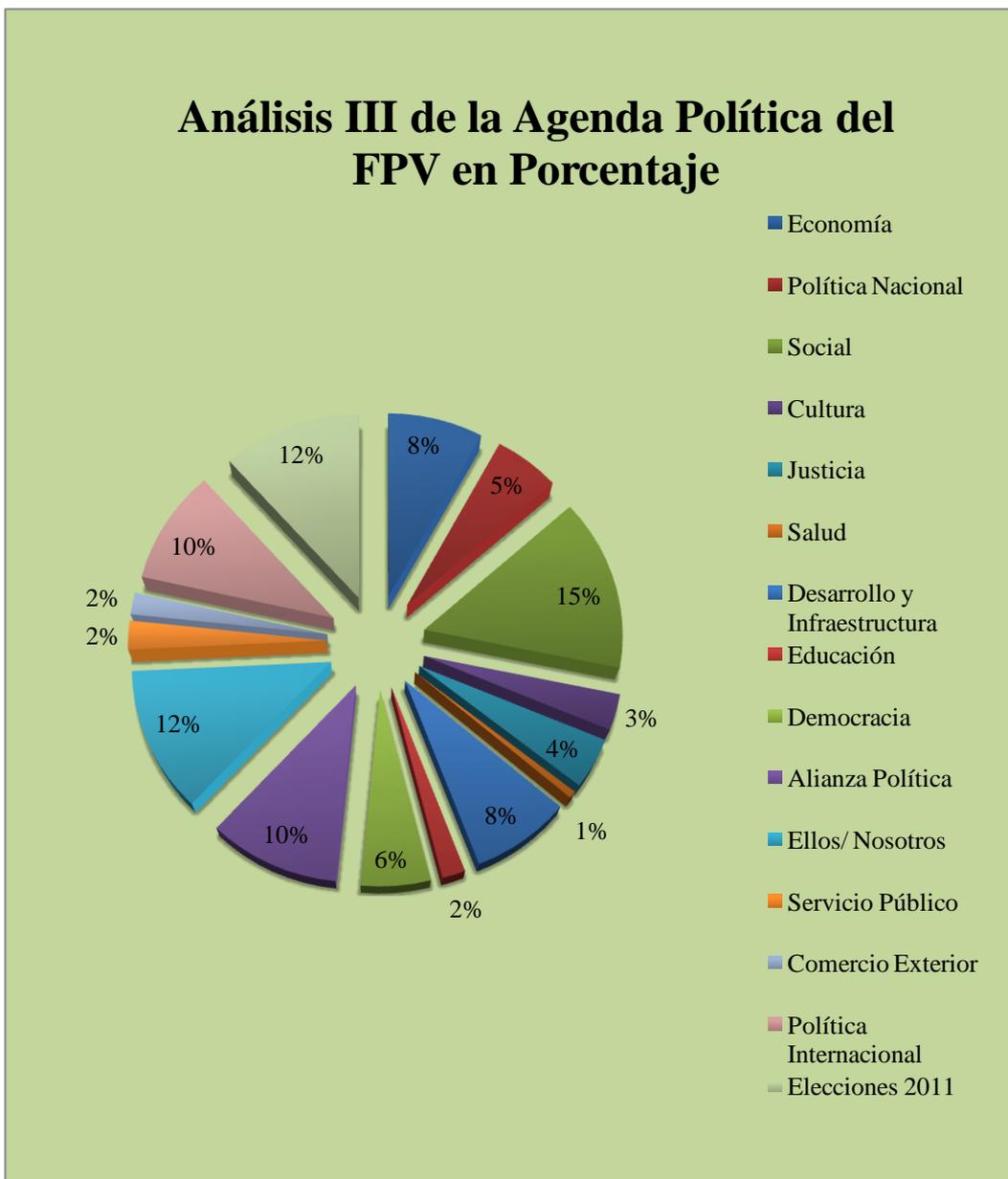
	sociedad democrática, fomentar la aparición de nuevos canales de comunicación alternativos, participación ciudadana, video de concentraciones populares en la Plaza de Mayo, Democracia de base municipal.
<b>10. Alianza Política</b>	Trabajo digno, desarrollo humano, el Estado como mediador de conflictos entre diversos intereses de la sociedad, defendiendo siempre a los más humildes, historias políticas de los partidos de alianza, apoyo al partido frente para la victoria, representaciones provinciales, educación, salud, seguridad, cultura, frente para la victoria, fotos históricas del FPV, políticos del FPV, fotos de la campaña, fuerza Argentina, la fuerza de la vida.
<b>11. Ellos/Nosotros</b>	Reindustrializar el país, 2001 Bajó el imperio del mercado, la renegociación de la deuda pública, reversión del pasado, volver a hacer presente a un Estado, crear empleo; reconstruir nuestra presencia en el mundo, nuestra propia soberanía, 2001 marcó el colapso del neoliberalismo, 2001 marcó un cambio de acumulación económicamente improductivo y socialmente injusto, 2001 marcó la ruptura de sucesivos gobiernos impotentes ante las corporaciones y los organismos financieros de crédito, 2003 significa el renacer de la nueva era política, videos sobre apariciones públicas de la presidenta, video con la familia, la crisis ha sido el rostro de nuestro país durante las últimas décadas, el gobierno que hizo más justicia en los últimos 50 años, construir un nuevo país requiere convicción y capacidad para unir los pedazos de una sociedad fragmentada, desmantelamiento del sector productivo nacional, falta de igualdad en el sistema, noticias de repudios al partido y los dirigentes.
<b>12. Servicio Público</b>	Mayor y mejor gasto público, reconstrucción de las capacidades estatales, multiplicando el salario docente, Plan neokeynesiano de obra pública.
<b>13. Comercio Exterior</b>	Incrementar la capacidad exportadora, exportación del sector agropecuario, avance en la regionalización mediante acuerdos.
<b>14. Política Internacional</b>	Presencia en el mundo, la integración regional, el combate al narcotráfico y el control de las fronteras, la construcción de Unasur y el liderazgo de la Argentina, fortalecer la autonomía y soberanía nacional en el contexto internacional y de reposicionar a las naciones sudamericanas en el escenario global, Nuestra concepción es esencialmente multilateralista en los asuntos intencionales, ampliar la cooperación y el intercambio Sur-Sur, la integración latinoamericana, cambio en las pautas culturales, aparición de nuevos canales y espacios efectivo, Relaciones Internacionales – Mercosur- tanto en materia económica como política, entrevistas con autoridades internacionales, videos sobre las Malvinas en la ONU, Inserción en el mundo, relaciones con la comunidad internacional desde el proyecto regional MERCOSUR,

	<p>Vinculación seria y sustentable con los organismos internacionales.</p>
<p><b>15. Elecciones 2011</b></p>	<p>Regulación de sectores claves de la economía constituyen pilares del modelo económico, profundizar las políticas redistributivas y generar mayores y mejores puestos de trabajo, duplicar el PBI industrial en 2020, generar las calificaciones requeridas por regiones y ramas de actividad, y crear polos industriales a fin de lograr eficiencia en logística y operatividad, defendiendo siempre a los más humildes, participación activa y protagonista de la ciudadanía, los recursos públicos, deben ser canalizados para el desarrollo de la sociedad en su conjunto y no en beneficio de una minoría privilegiada, video sobre las primarias, videos institucionales, videos propagandísticos, reforma electoral, Apoyo a la elección popular desde cero de todos los cargos electivos, Crisis económica, social, institucional, política y cultural, ley de medios.</p>

**Tabla 39 Análisis II de la Agenda Política del FPV en Números**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Economía	<b>13</b>
<b>2</b>	Política Nacional	<b>8</b>
<b>3</b>	Social	<b>24</b>
<b>4</b>	Cultura	<b>5</b>
<b>5</b>	Justicia	<b>7</b>
<b>6</b>	Salud	<b>1</b>
<b>7</b>	Desarrollo y Infraestructura	<b>13</b>
<b>8</b>	Educación	<b>3</b>
<b>9</b>	Democracia	<b>9</b>
<b>10</b>	Alianza Política	<b>17</b>
<b>11</b>	Ellos/Nosotros	<b>20</b>
<b>12</b>	Servicio Público	<b>4</b>
<b>13</b>	Comercio Exterior	<b>3</b>
<b>14</b>	Política Internacional	<b>16</b>
<b>15</b>	Elecciones 2011	<b>19</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>163</b>

**Gráfico 11: Análisis III de la Agenda Política del FPV en Porcentaje**



Observando las tablas 38, 39 y el gráfico 11 se puede confirmar lo que habían hablado algunos analistas políticos argentinos como: Eduardo Aliverti y Washington Uranga del periódico, *Página 12* en el periodo electoral.

Hay pocos cambios en la plataforma política del partido FPV en relación a 2007. Los temas sociales continúan y continuarán siendo el motor de las Elecciones Nacionales no solamente en Argentina, sino también en toda Latina América. La pobreza, la injusticia social, la defensa alimentaria y la falta de estructura

para los jóvenes siempre serán temas a ser debatidos en una elección. (ALIVERTI, URANGA; *Página 12*: 21.9.2011).

La formación de la agenda política del partido Frente Para la Victoria en las Elecciones Nacionales Argentina de 2011 se puede afirmar que fue predominantemente marcada por temas sociales, como: cambio social, equidad social, reducción de la pobreza y la marginalidad, estrategia de defensa alimentaria, laboral, educativa y de seguridad. Esta categoría fue compuesta por 24 componentes, representando 15% del total. Para Bercerra (2012) era de esperarse ya que, el cambio social, es la bandera de lucha del partido político, FPV, desde su fundación y ha hecho parte de la subida del ex presidente Néstor Kirchner al poder en 2003.

De acuerdo con las tablas y el gráfico analizado, la categoría Ellos/Nosotros quedó en la segunda posición con 20 componentes y representando el 12%. Con el mismo porcentaje también quedó la categoría Elecciones. Observando esas dos categorías se puede ver que el discurso político del FPV está todavía basado en las comparaciones con las legislaturas anteriores de Néstor Kirchner y que temas como: la defensa de los más humildes, beneficiar a la minoría, ley de medios y crisis económica, social, institucional, política y cultural formaron parte de la campaña electoral de 2011. Otras palabras que se pueden notar muy fuertes en el discurso son: reindustrializar el país, la renegociación de la deuda pública, reversión del pasado, volver a hacer presente a un Estado, recrear empleo, reconstruir la educación y la salud. En cuestión de porcentaje y números de componentes se observa que, aun con el mundo pasando por una crisis económica, temas económicos no fueron tan representativos para las elecciones 2011, al menos, para la agenda política del FPV. La categoría Desarrollo e Infraestructura puntuaron igual a Economía, es decir, 13 componentes y 8% de representación.

Punto que merece también atención, es la categoría, Alianza Política que sacó 17 componentes y representó 10% en la tabla del porcentaje. Los partidos que comparten similitudes ideológicas con el FPV, también defendieron temas como: defensa de los humildes, una mejor educación, salud y seguridad. La categoría, Política Internacional también quedó muy próximo a nivel de componentes, es decir, con 16, ya en porcentaje

quedó con la misma representación que la categoría Alianza Política. Mirando la categoría, Política Internacional, se observa una preocupación de la presidenta o de la candidata, Cristina Kirchner en mantener su país en una presencia mundial y un papel activo en materia de política regional, como MERCOSUR, Intercambios SUR-SUR y profundizar la política internacional al combate el tráfico en las fronteras regionales con Brasil, Uruguay, Bolivia, Paraguay y Chile.

Las tres categorías que puntuaron abajo de la media de los 10 componentes y arriba de los 5, fueron: Democracia, Política Nacional y Justicia. La política de los medios implementada por, Néstor Kirchner continua en la pauta de la política nacional de Cristina, como también dentro del discurso democrático presentado por el FPV, las dos primeras categorías representan juntas 11%, es decir, 17 componentes. Por parte de la Justicia, 7 componentes y 4% de representatividad, se observa una preocupación por la reconstitución del Estado junto a los derechos humanos. En relación a la categoría, Cultura, que constituyó 3% del total de los componentes, la aparición de nuevos canales y espacios efectivos de participación juvenil fue el tema principal. Los puntos menos expresivos fueron: Salud, Educación, Comercio Exterior y Servicio Público. Sumando las cuatros categorías se llegó al total de 11 componentes y 7% de representatividad.

### **5.3. Agenda Política del FAP**

La planificación de una campaña política necesita de una acción, es decir, una decisión anticipada a ser tomada por un grupo de profesionales cualificados para que actúen como gestores. A partir de algunos problemas que deben ser resueltos, deben ser hechos levantamientos de datos y análisis, para entonces, empezar una planificación como vehículo rápido en la implantación de estrategias de acciones. En este contexto, Kuntz (2010) aconseja, que debe conectarse estrechamente, planificación con las estrategias de una campaña. Para él, en caso de que esto no se produzca, es posible que al término de la planificación, las estrategias no sean compatibles con las previstas anteriormente.

Entre las estrategias de campaña, hay varios puntos que deben ser observados como: organograma de campaña, la planificación, el presupuesto, las propagandas juntos a los medios de comunicación, la elección de la plataforma, el programa o plan de gobierno,

entre otros. Todas las fases y etapas de una campaña son importantes, pero hay algunas que deben ser puestas en acción con más agilidad y profesionalismo, como es el caso de la plataforma política y el plan de gobierno. Estas dos partes del trabajo (Campaña) deben ser presentadas a la prensa, como forma de divulgación de sus hechos o de movilizar e informar al electorado. Para el profesor y periodista, Miguel Nicoline (2013) la plataforma política de un partido debe presentar la imagen del candidato y contribuir a la fijación de esa imagen junto al grupo electoral. Otros dos puntos importantes de la plataforma son la caracterización y personalización que asuma la campaña, distinguiendo de las demás y el compromiso que asume el candidato frente a sus electores.

Para el publicitario y secretario de medios de la ciudad de Buenos Aires, Miguel de Godoy, en entrevista a la revista, *Noticias*, (22.10.2011) afirma que el éxito de una plataforma política es la elección del tema. Según él, los temas electos deben ser claros y objetivos y el lenguaje debe evitar términos complejos, porque, una vez transmitido el mensaje, debe ser absorbido y entendido por el elector. Esa misma visión comparte el publicitario brasileño, Duda Mendonça, cuando intenta explicar su suceso en diversas campañas políticas.

Los temas deben girar en torno a cuestiones de interés real para el público, Esos temas deben despertar y mantener su atención. La simplicidad del enfoque hace que sea aun más fácil la retransmisión por el público y por los asesores a sus círculos de influencia. (MENDONÇA, *Entreatos: Lula a 30 días do poder*, 2004).

El plan de Gobierno, también es objeto de investigación de este apartado, según Kuntz (2010) sirve para divulgar, cuando el candidato conoce de los problemas de la comunidad y es sensible a ellos. Esto también sirve para probar al electorado su competencia, seriedad, honestidad y capacidad de solucionar problemas. Para el periodista, Joaquim Moreno (2012)<sup>161</sup>, el programa ideal: “es uno que puede hacer a sus transportistas (portadores) leer todas las propuestas incluidas en el mismo, o al menos

---

<sup>161</sup> El periodista fue entrevistado en Buenos Aires, 15.1.2012. Moreno ha hecho parte del equipo de Comunicación del candidato a presidente, Binner en 2011.

ser conscientes de la mayoría de ellas”. Aún para Moreno, elaborar un buen plan de gobierno, no asegura una victoria electoral, porque este documento está vinculado a la personalización del candidato, es decir, ya que si se trabaja con un candidato mediático, será más fácil que el plan de gobierno sea aceptado por los electores. En el caso de que el político no tenga tamaña visibilidad, hay sí que buscar otras formas comunicacionales para la publicación del mismo.

Para un análisis de la agenda política del partido FAP – Frente Amplio Progresista, se tomó como base de investigación de esos apartados, documentos que resumen, ideas, propuestas y las líneas de acciones parlamentares del candidato a presidente de Argentina 2011, Hermes Binner. Diferente de la candidata del partido político, Frente Para la Victoria, Cristina Kirchner, el candidato del partido socialista presentó un verdadero programa de gobierno, con cuatro propuestas centrales. Según Binner (2011), “Este programa de gobierno es una creación colectiva y un aprendizaje común. Es producto de múltiples discusiones, reflexiones y debates de las organizaciones participantes”. (BINNER, Programa de Gobierno, 2011 – 2015: 9).

Los documentos analizados que componen la agenda política de la campaña electoral del la FAP fueron: El programa de Gobierno, Página web del partido FAP- Frente Amplio Prgresista y una cartilla explicando el objetivo de su campaña, las propuestas de emergencia y algunos puntos de su programa de Gobierno. Siguiendo el formato presentado por el PT- Partido del Trabajador Brasileño, los documentos también fueron divididos en fuentes primarias y secundarias, como muestra la tabla abajo.

**Tabla: 40 Presentación de los documentos de la agenda política de la FAP**

Fuentes Primarias	-Programa de Gobierno -Página web del partido
Fuente Secundaria	Documento Impreso: Cartilla

El primer documento analizado de la campaña política de la FAP fue el programa de Gobierno 2011-2015 presentado por el candidato a presidente, Hermes Binner, el cual contiene 75 páginas y fue apoyado por alianzas políticas como: (PS, GEN, PNC, CNUP, MLS, BSPT y PCR), también trata de cuatro propuestas centrales, como:

- Un mejor Estado para todas y todos los ciudadanos.
- Innovación, cultura y conocimiento: nuestra mejor inversión.
- Derecho a tener Derecho
- Solidaridad con el Futuro: Economía y Territorio Sustentable

Estas cuatro propuestas son subdivididas en 18 tópicos tratando de temas como: Educación, Seguridad, Salud y tantos otros que para tener una mejor visualización y comparación con la agenda periodista del Noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*, presentada en el punto 5.4 seguirá una tabla, donde se exponen todos los temas y subtemas de ese programa.

### 1. Fuentes Primarias

**Tabla: 41 Presentación de las Propuestas Centrales del Programa de Gobierno FAP (2011 -2015) para la Campaña Electoral de 2011.**

Propuestas	Temas	Subtemas
1. Un mejor Estado para todas y todos los ciudadanos .	1.Estados e Instituciones Políticas	Impulsar una política de las tecnologías de la información y las comunicaciones para los ciudadanos; promover la información de la gestión de gobierno, promoviendo la transparencia y eficacia; jerarquizar y profesionalizar el empleo público nacional, recuperando el sentido de carrera y buscando una mayor motivación y receptividad al cambio; Impulsar las diferentes áreas de políticas públicas y de los planes de los diferentes niveles del gobierno; Naturalizar el control como política de Estado; Impulsar la activación y vinculación de los distintos estamentos de control interno -Defensor del Pueblo, oficinas anticorrupción; Acercar los organismos de control a la ciudadanía para lograr su conocimiento e involucramiento; Incorporar a las auditorías públicas y otras herramientas de control ciudadano dentro de una nueva concepción de gestión; Fortalecer las relaciones intergubernamentales Nación/provincias/municipios; Planificar estratégicamente y accionar con criterio regional para impulsar un desarrollo más armónico y

		<p>homogéneo en el país; Impulsar el Ordenamiento Territorial Ambiental como proyecto integral y transversal a las diferentes áreas del gobierno; Generar marcos de consenso y de participación de los agentes políticos, sociales y económicos; Fortalecer los Consejos Federales, para que éstos sean verdaderos ámbitos donde se establezcan acuerdos, se definan políticas de estado y se orienten las inversiones y los recursos con un sentido solidario y federal; Efectuar una devolución de facultades del Ejecutivo al Congreso, y promover una total independencia de la Justicia; Mejorar el sistema político, haciéndolo más transparente y confiable, más inclusivo y equitativo; Avanzar hacia sistemas electorales más transparentes, como la boleta única; Limitar el rol y las atribuciones del Poder Ejecutivo en las distintas etapas del proceso electoral; Garantizar los espacios para que la ciudadanía se comprometa activamente con los asuntos públicos, sin exclusiones; tornar más democrática la gestión pública, por parte del Estado.</p>
	<p><b>2.Justicia y Derechos Humanos</b></p>	<p>Garantizar la independencia judicial como elemento central de la relación entre los poderes. Actuar en contra de la autonomía necesaria para que un juez trate y resuelva un caso, y hacerlo desde el Estado ya que desde la sociedad civil, constituye un ejercicio ilegal del poder o un ejercicio de poder ilegal, respectivamente; Implementar políticas activas para desterrar los problemas que conspiran contra una justicia independiente, ligados a incorrectos funcionamientos, ejercicios de presiones, tráfico de influencias internas y externas al poder judicial, y deficiente formación teórica y profesional; Establecer como prioridad el cumplimiento efectivo de las “sentencias de los Jueces de la Nación”, respetando las normas de forma que regulan dicha obligación.</p>
	<p><b>3.Seguridad</b></p>	<p>Abordar la cuestión de la seguridad ciudadana de manera integral e intersectorial, articulando los tres niveles del Estado y la sociedad civil; Implementar un enfoque de la política de seguridad sistémico e integral; Intervenir de manera coordinada en cada uno de los cinco</p>

		<p>eslabones para mejorar el desempeño de cada uno y de conjunto; Proponer una política de seguridad cuyo espejo sean los estándares establecidos en los tratados internacionales de Derechos Humanos; Construir consensos que atraviesen horizontalmente a los partidos políticos y a las instituciones de la sociedad civil; Es necesario construir una alianza social y política que le otorgue sustento y legitimidad a las líneas generales de la política de seguridad; Sustentar una gestión pública que logre un equilibrio entre los aportes políticos y técnicos; Otorgar una importancia central a la gestión municipal y a la participación ciudadana; Promover una cultura de convivencia, transparente y solidaria.</p>
	<p><b>4.Relaciones Internacionales</b></p>	<p>Redefinir la estrategia internacional de acuerdo con objetivos de largo plazo para sortear con éxito las incertidumbres e inestabilidades del rumbo económico y político mundial; Es importante definir hacia dónde y de qué modo queremos avanzar; La relación con Brasil es y será fundamental para Argentina; El conjunto de ámbitos regionales que disponemos - Mercosur, Unasur, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, entre otros - y el mejoramiento gradual y sustantivo de lazos con los vecinos del área nos ofrecen una plataforma para emprender una política regional más activa y propositiva; Avanzar en el fortalecimiento del multilateralismo permite un mayor equilibrio en las relaciones entre los países y las regiones; El cambio climático es uno de los temas clave de la agenda.</p>
	<p><b>5.Políticas con y desde la Juventud</b></p>	<p>Generar dispositivos institucionales innovadores para la incorporación de la perspectiva de la juventud en todas las áreas de gobierno de manera transversal; Desarrollar políticas de juventud integrales, transversales y participativas, atendiendo a las diferentes realidades de este colectivo diverso; Modificar el abordaje a las problemáticas de los jóvenes, superando los viejos paradigmas estigmatizantes y reduccionistas de la juventud que generaron políticas sectoriales, compensatorias, con perspectivas reactivas y reduccionistas; Profundizar los lazos y la cooperación con las áreas de juventud internacionales y regionales.</p>

	<b>6.Igualdad de Géneros</b>	Garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre los géneros; Impulsar la igualdad de derechos y oportunidades para todos y todas, independientemente de su género y elección sexual, sus creencias, su edad, su etnia y su ideología; El Estado debe asumir la violencia basada en las diferencias de género, como una prioridad política, porque la cual representa una de las principales violaciones de los Derechos Humanos; Concebir la salud sexual y reproductiva como un derecho; Prevenir y combatir el delito de trata de mujeres y niñas desmantelando las redes y generando campañas de sensibilización y prevención; Promover políticas públicas que garanticen igualdad de oportunidades y trato en el mundo laboral; Garantizar la no exclusión, no discriminación y el ejercicio pleno de los derechos.
<b>2. Innovación, cultura y conocimiento: nuestra mejor inversión.</b>	<b>7.Cultura</b>	Cultura y construcción de sentido; Cultura como dispositivo de inclusión social; Cultura como fomento, desarrollo y proyección de las artes y sus creadores; Cultura y Espacio público; Cultura como construcción de la memoria, identidad y reivindicación de la historia argentina y latinoamericana; La Cultura como el lugar de la diversidad y dispositivo que abraza los Derechos Humanos; La Cultura como comunicación; La Cultura como capacitación, fomento y creación de espacios para el trabajo; La Cultura como un lugar de transmisión; La Cultura como distribución del afecto en el territorio; La cultura como creación colectiva del pueblo argentino.
	<b>8.Educación</b>	Impulsar acciones que convoquen a reformular los modos de enseñar y aprender, avanzando hacia una mirada compleja de la realidad; constituir un posicionamiento pedagógico que entienda a la educación como un potente movimiento; movimientar hacia una ética y una estética de la enseñanza, que entiende que el aprendizaje se produce en y desde la acción y todas las representaciones y reflexiones que ésta genera; demandar una reforma profunda del pensamiento y de las formas; y un cambio de la propia organización educativa tendiente a vincular a los diferentes estamentos jurisdiccionales y burocráticos y los distintos niveles y modalidades de la enseñanza; Trabajar

		este abordaje con la participación de los actores directos e indirectos del sistema, respetando las autonomías provinciales y con la producción de acuerdos federales necesarios en el marco de la construcción de un proyecto nacional; Reformular de las relaciones con las organizaciones de trabajadores y con la sociedad en su conjunto y un replanteo no sólo de los programas, de las metodologías y de la organización escolar, sino un rediseño de la burocracia y los soportes jurídicos, contables, técnicos, tecnológicos y comunicacionales.
	<b>9.Ciencia y Tecnología</b>	Reflejar una mirada de largo plazo, sostenible e inclusiva del desarrollo de nuestro país; Diseñar políticas de Estado en ciencia, tecnología e innovación con programas estratégicos de desarrollo de alcance provincial/regional; Financiar la inversión en ciencia, tecnología e innovación en rangos no menores al 1% del PBI con recursos del presupuesto nacional; Planificar en forma soberana y sustentable las políticas de explotación de los recursos naturales del país; Desarrollar de manera armónica y descentralizada del sistema educativo y científico-tecnológico, propiciando un aumento sostenido en espacios, equipamiento y capacidades humanas; Fortalecer la vinculación social y tecnológica en la solución de necesidades y temas prioritarios regionales; Promover sistemas locales de innovación que dinamicen las economías regionales, integren los sistemas productivos y sus cadenas de valor en actividades de innovación, desarrollo y transferencia de tecnologías; Desarrollar las capacidades emprendedoras y fondos de capital de riesgo en actividades de alto impacto social y económico. Incentivar a la inversión pública y privada en investigación, desarrollo e innovación; Promover la apropiación social de los beneficios de la ciencia y la tecnología, estimulando la creatividad e innovación desde edades tempranas.
<b>3. Derecho a tener Derecho</b>	<b>10.Pacto social por la niñez</b>	Garantizar a niñas/os el derecho al juego como el más importante aprendizaje de la ciudadanía; Garantizar que todas las niñas/os y adolescentes puedan completar 13 años de educación obligatoria de calidad; Generar y facilitar las condiciones para la participación de niños y

		<p>adolescentes en espacios de la vida social, cultural, institucional, científica y recreativa; Garantizar el acceso a la asignación universal de todas las niñas y adolescentes; Asegurar la nutrición y la alimentación de todas las niñas, niños, adolescentes y embarazadas; Disminuir la mortalidad infantil, especialmente la de niños/as menores de 5 años; Promover acciones que contribuyan la erradicación del trabajo infantil; Proteger a niñas/os y adolescentes contra el maltrato; Incrementar las acciones de promoción, protección de los derechos de los niños/as y adolescentes; Promover políticas de prevención y atención ante el consumo de drogas y todo otro tipo de adicciones; Coordinar la protección de derechos a nivel nacional, provincial y municipal estableciendo políticas universales y transversales; Considerar a niños/as y adolescentes como lo nuevo de nuestra sociedad, promoviendo con ellos políticas innovadoras.</p>
	<p><b>11.Trabajo</b></p>	<p>Garantizar los derechos fundamentales que son fuerza expansiva de democratización social, reducir las divergencias entre reconocimiento y goce de los mismos. El estado debe garantizar el derecho a tener derechos; Lograr trabajo decente, ejercido en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, con remuneración adecuada y protección social, proveyendo las garantías para la acción colectiva; Garantizar pluralidad y libertad sindical en las organizaciones representativas de los trabajadores que puedan permitir nuevas construcciones colectivas; Promover la negociación colectiva como una herramienta de democratización de las relaciones laborales y un factor de participación de los trabajadores; Implementar una política de empleo e ingresos, formación profesional que contemple las distintas etapas de la vida de las personas; Promover la erradicación de las distintas formas de trabajo no registrado y de precarización, tercerización y fraude laboral; Combatir a las distintas formas de discriminación laboral y al trabajo infantil; Promover la protección de la vida y salud de los trabajadores; Prevención y reparación son dos caras de la misma moneda y deben tratarse conjuntamente encuadradas</p>

		dentro de los preceptos de la seguridad social.
	<b>12.Seguridad Social</b>	Concebir la seguridad social como un derecho humano fundamental, que debe brindarse a todos los miembros de la sociedad, de forma igualitaria, sin diferencias de estatus, género, orientación sexual, etnia o nacionalidad; Universalizar el sistema de seguridad social con alta justicia distributiva, equilibrado y con sostenibilidad en el largo plazo; Fortalecer el régimen público, solidario y obligatorio coordinando acciones de carácter contributivo con asistenciales con miras a la cobertura universal; Coordinar los regímenes de cobertura de las diferentes contingencias sociales vigentes en los ámbitos nacional, provincial y municipal, respetando el federalismo y con el objeto de mantener los derechos de los ciudadanos evitando duplicidades.
	<b>13.Políticas Sociales</b>	Reformular la política social para que pueda constituirse como una herramienta fundamental que le permita al Estado garantizar un suelo de ingreso y derechos al conjunto de la población; Implementar una intervención pública de carácter universal para poder integrar y articular planes, programas, normas, estrategias que permitan extender a toda la población, el conjunto de prestaciones sociales y el ejercicio pleno de los derechos sociales; Construir ciudadanía, con un enfoque de Derechos, implica definir los mecanismos a través de los cuales los estándares de derechos serán resguardados. Se trata de superar la lógica proveedor/beneficiario; Articular y coordinar las políticas con los actores civiles y sociales, generando una participación social incluyente, amplia, horizontal y con capacidad decisoria; Promover la participación de los titulares de las prestaciones sociales universales, como sujetos de derecho; Erradicar la pobreza, la indigencia como paso fundamental para generar una sociedad más igualitaria.
	<b>14.Salud</b>	Construir el Sistema Único de Salud en base a cuatro principios: universalidad, gratuidad, equidad, participación democrática de trabajadores y usuarios; Elaborar la reforma sanitaria que sienta las bases de un sistema de único de salud con cobertura universal; Fortalecer el sistema estatal como el primer

		<p>paso hacia el Sistema Único de Salud, integrando los sistemas provinciales, los sistemas municipales, las obras sociales estatales y el Pami; Implementar en el sistema estatal la atención primaria como estrategia de intervención, la construcción de redes asistenciales y la producción pública de medicamentos para uso del propio sistema estatal.</p>
	<p><b>15.Vivienda y Hábitat</b></p>	<p>Planificar el desarrollo territorial, no sólo resolviendo la emergencia, sino teniendo en cuenta el plan estratégico nacional. El hábitat adecuado, lo hace también un modelo territorial de desarrollo. Es importante pensar en la sostenibilidad de las ciudades y el proyecto de país que las sustentará; Rol activo del Estado como garante del acceso a la vivienda. El Estado no puede estar ausente de la problemática de la vivienda; Fijar la utilidad pública de la tierra urbana. Es necesario que el Estado en sus distintos niveles cuente con una política de tierras y con instrumentos que le permita facilitar el desarrollo de tierra urbana, cuando fuera necesario; Desarrollar alianzas público-privadas para el desarrollo de tierras e infraestructura; Trabajar en la regularización dominial: por cada propietario, un título de propiedad. La falta de formalidad es un pasivo social que desvaloriza la inversión que las familias han hecho en sus barrios; Poner en valor el esfuerzo realizado por las familias que ya tienen una vivienda. Gran parte del déficit se puede resolver con pequeñas mejoras o modificaciones en las viviendas existentes; Intervenir en soluciones para las villas miseria. Las villas miseria, que durante años fueron un lugar de llegada pasajero para las familias migrantes, se han convertido en una realidad estructural; Recuperar el crédito hipotecario. Una sociedad sin acceso al crédito es el resultado de una sociedad sin confianza. Debemos fomentar el ahorro a largo plazo y permitir que miles de familias puedan acceder a la vivienda.</p>
<p><b>4. Solidaridad con el Futuro: Economía y</b></p>	<p><b>16.Economía</b></p>	<p>Construir diálogo efectivo será prioridad para de políticas económicas; Formulación de un proyecto estratégico de desarrollo de mediano y largo plazo que identifique los sectores y</p>

<p><b>Territorio Sustentable</b></p>		<p>cadena de valor de mayor productividad, económica y social, que puedan liderar el desarrollo y convertirlas en áreas estratégicas. Sus lineamientos serán fruto del diálogo y el debate entre una multiplicidad de actores productivos, de los trabajadores y el Estado, en articulación con ámbitos académicos; Consensuar los pilares estratégicos, como así también pensar el destino del ahorro nacional, redefinir el sistema financiero local, multiplicar los incentivos a la inversión, impulsar una mejor distribución del ingreso como resultado de una estructura tributaria más justa y una política de gasto eficiente, coordinar un sistema de federalismo fiscal más transparente y lograr una gestión sustentable de los recursos naturales; Ampliar, densificar y modernizar el aparato productivo nacional. Revertir el proceso de primarización actual de la economía, promoviendo la industrialización de los productos en los lugares de origen y potenciando al sector de servicios; Superación de falsos dilemas, mercado interno o externo, agro o Industria, pequeña y medianas empresas o grandes empresas. Nuestra idea de producción acentúa la importancia de las cadenas de valor en los sistemas productivos; Implementación de políticas microeconómicas específicas que sean fruto de la discusión y el acuerdo entre los empresarios, los trabajadores y el Estado.</p>
	<p><b>17. Infraestructura para el desarrollo: - Infraestructura, - Transporte y Conectividad, - Energía, - Recursos hídricos, Agua Potable y - Saneamiento.</b></p>	<p>-Promover la planificación del Estado nacional junto con los estados provinciales como dinamizadores de los procesos de transformación e inversión en infraestructura; Definir una infraestructura debidamente planificada, federal y concebida desde la perspectiva de los derechos de los ciudadanos para contar con servicios básicos en un ambiente sustentable con un desarrollo equilibrado de las distintas regiones; Priorizar los proyectos que promuevan la producción y el desarrollo integral del hábitat y las economías regionales.</p> <p>-Organizar la infraestructura vial y los sistemas de transporte (ferroviario, aéreo y fluvial) como políticas de estado dinamizadoras de las economías regionales, optimizadoras de la conectividad y la seguridad vial; Refundar el</p>

		<p>sistema ferroviario tanto de cargas como de pasajeros pensando el país que queremos y no el que fue.</p> <p>-Considerar la energía como un derecho humano; Diversificar la matriz energética actual, que presenta una fuerte dependencia de los hidrocarburos; Alcanzar el autoabastecimiento energético.</p> <p>-Desarrollar una política federal de saneamiento, concebida a partir del reconocimiento del derecho humano al acceso a los servicios del agua y desagües cloacales, íntimamente asociados a la salud y la calidad de vida de la población; Promover con los estados provinciales nuevos consensos sobre los principios rectores del agua potable y saneamiento; Promover la cultura del agua, la investigación y el desarrollo tecnológico en políticas de agua y saneamiento; Impulsar un Plan Maestro de Riego a nivel de regiones que permita integrar nuevas tierras a la producción.</p>
	<p><b>18.Medio Ambiente:</b></p>	<p>Promover el desarrollo sustentable como la conjunción indivisible y equitativa de los componentes socio-políticos, económico-productivos y ecológico-ambientales; Impulsar un desarrollo que establezca vínculos equilibrados entre la sociedad y la naturaleza, considerando que la degradación ambiental no es una consecuencia ineludible de la actividad humana; Profundizar en las políticas públicas la asociación del tema agua, saneamiento y disposición adecuada de residuos con la salud y la vida; Impulsar criterios de salud ambiental controlando y regulando las actividades productivas, comerciales o de servicio que constituyan una fuente potencial de riesgo para la salud y la vida; Preservar la biodiversidad y el aprovechamiento sostenible de los bienes y recursos naturales renovables; Impulsar una política adecuada que supere los conflictos que acarrea el desarrollo no planificado; Garantizar el sustento ambiental y social de todas las actividades productivas; Impulsar una política de cambio, trabajando sobre los sistemas nacionales para hacer un uso racional de la energía y priorizar el desarrollo fuentes alternativas; Desarrollar una política ambiental nacional con carácter Federal fortaleciendo</p>

		todas las instituciones y áreas con competencia en esta materia; Fortalecer los mecanismos de participación de los distintos sectores de la sociedad.
--	--	---

Las críticas lanzadas sobre el programa de gobierno del candidato a presidente de la Nación Argentina, Hermes Binner por los medios de comunicación se puede decir que fueron de las mejores. El socialista lanzó su programa de gobierno a prácticamente un mes de las elecciones nacionales, en el día 22.9.2011. En entrevista al reportero, Alfonso Prat Gay, del canal C5N<sup>162</sup>, Binner explicó su preocupación por la sociedad argentina. En respuesta a la indagación sobre: ¿Qué decisiones políticas deben ser tomadas para que haya una mayor interacción entre los ciudadanos y el Estado, al mismo tiempo, que la Argentina se despunte como una nación desarrollada? El candidato socialista empezó hablando sobre la primera propuesta - Un mejor Estado para todas y todos los ciudadanos- de su plan de gobierno. Para Binner:

Un punto importante de mi gobierno en relación a la interacción entre ciudadanos y Estado será la aplicabilidad de una política de tecnología y las comunicaciones. Un país sólo puede sentirse tecnológicamente desarrollado, cuando sus ciudadanos también participan activamente del desarrollo, logrando así, informaciones y agregando conocimientos a su modo de vivir. (BINNER, [www.c5nenvivo.com.br](http://www.c5nenvivo.com.br), 22.9.2011).

Para la comunicóloga y científica social de la Universidad de Buenos Aires, Cristina Bramuglia (2011), en el programa de gobierno del candidato socialista se presentan, al menos, requisitos de necesidades reales de la sociedad argentina. Fuera de los contenidos de la acción parlamentaria, este programa de gobierno trae también un anexo compuesto por: experiencia legislativa, experiencia de gestión en la provincia de Santa Fe (2007 y continúa) y Rosario (1995 y continúa) y una acta fundacional tratando sobre la fundación del partido Frente Amplio Progresista.

---

<sup>162</sup> [www.c5nenvivo.com.br](http://www.c5nenvivo.com.br). (22.9.2011).

➤ **Página web del partido FAP - [www.binnerpresidente.com](http://www.binnerpresidente.com)**

En el periodo de análisis (3.10.2011 a 21.10.2011) no fue encontrado ninguna página web oficial del partido político, Frente Amplio Progresista. Todas las páginas encontradas se volvían directamente al candidato socialista, Hermes Binner. Por lo tanto, fue elegido el [www.binnerpresidente.com](http://www.binnerpresidente.com) por presentar características más oficiosas. Dentro de este apartado buscamos observar los contenidos: Noticias, Fotos, Rede Sociales, Videos, Libros, Perfil y Campaña política.

**Tabla 42: Página Web del Partido FAP**

<b>Formatos</b>	<b>Temas</b>
<b>Noticias</b>	El oficialismo debe convocar al diálogo, La justicia debe actuar con un poder independiente, Una oposición constructiva, Elecciones 2011, Recorte del gasto público, Frente al temor, obediencia y sometimiento, Oficialista por estrategia, Opositor moderado, El país que se viene, El análisis de los próximos 4 años, Los líderes de la oposición, Justicia en la Argentina, Redefinir el perfil opositor, La caja, más chica, apreta aun más, Si no puedes vencerlos, úneteles, o al menos ofréceles ayuda, Estatización de los fondos previsionales, La ley de medios, La estatización de Aerolíneas Argentinas, Futuro tratamiento del Presupuesto 2012, Independencia de los tres poderes, Unidad y cohesión, Reforma constitucional, Abuso de poder del Gobierno, CNV- único organismo de control, Construir un país en celeste y blanco, Es hora de cambiar este modelo de saqueo, Permanencia e impunidad, La gente no necesita que le regalen nada. Estamos en manos de gente inescrupulosa, Los fondos de los jubilados financian otras cosas.
<b>Galería fotos: Binner en Flickr</b>	Gracias a los 3.683.660 argentinas y argentinos que ayudaron al nacimiento y consolidación de esta esperanza para nuestro país, Seguridad en Rosario, Hay que generar una nueva política, que le sirva a la gente, Binner fortalece vínculos con Frente Amplio de Uruguay, Intelectuales dan apoyo a Binner, Binner en la universidad.
<b>Rede Sociales</b>	Binner criticó el pensamiento único, Cristina Kirchner supera el 52% y Binner va segundo, Cristina prefiere al socialismo como segunda fuerza, Binner pidió que la gente lleve boletas, La ofensiva del gobierno preocupa a editores periodístico y a la oposición, Binner se torna mira de Alfonsín en campaña, Una carta de Binner a la presidenta abrió una fuerte polémica, Binner alertó sobre un posible clientelismo.
<b>Programas político</b>	Un mejor estado para todas y todos los ciudadanos, Innovación cultura y conocimiento: nuestra mejor inversión, Derecho a tener derechos, Solidaridad con el futuro: economía y territorio sustentable, Programa de gobierno – frente amplio progresista 2011-2015.

<b>Vídeos</b>	Binner en Rosario, Reunión del socialismo, Líder de FAP evita pelea con la UCR, Binner denuncia clientelismo oficial, ¿Hay un compromiso del gobierno nacional con Irán que nos lleve a ceder soberanía? Reunión Binner-Barletta, El gobierno nacional no acepta que haya otro modelo como el de Santa Fe.
<b>Libros</b>	El sacrificio de Néstor y Cristina, mis hermanos desaparecidos, Comunicado mesa nacional FAP.
<b>Perfil</b>	Familia de emigrantes, estudiante de medicina, Consejero Graduado en la Facultad de Medicina, especialista en Anestesiología y Medicina del Trabajo; luego en Salud Pública, Subdirector y Director de diversos Hospitales Público, Electo concejal de la ciudad de Rosario, Intendente de Rosario, Diputado Nacional, Miembro Fundador y Secretario Ejecutivo de Mercociudades, Presidente del CIDEU (Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano), y Presidente de la Federación Argentina de Municipios.
<b>Campaña Política</b>	El FAP no habilitará ninguna reforma constitucional que permita la reelección indefinida, Binner acusó de autista al gobierno nacional, La inflación es el impuesto más injusto que existe, es una máquina de hacer pobres, La oposición y el oficialismo no serán lo mismo, Medios: la Argentina está en la lista negra, Mejorar la calidad educativa,

La página web como plataforma de propaganda política y local de divulgación de contenidos también fue utilizado por el candidato socialista, Hermes Binner. En su plataforma digital se observa una consonancia entre las técnicas de web y contenidos políticos. La plataforma contiene 8 formatos y abordan temas variados, desde la discusión sobre, la ley de medios, críticas al oficialismo de Cristina Kirchner, hasta el perfil del candidato, como: profesional de medicina, director de diversos hospitales público e intendente de Rosario.

De acuerdo con el web Designer y publicitario, Mariano Blanco<sup>163</sup> (2012) se observa en la página web del candidato una armonía entre, los colores, las técnicas y los contenidos.

Los contenidos expresan las ideas, los deseos y sus intereses políticos. Una página web, con el objetivo de plataforma política es un local, donde se puede comprimir el texto, dando enfoque más directo al mensaje. Analizando la página web de Binner

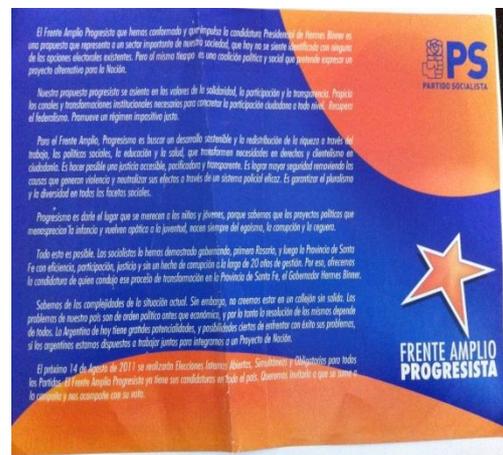
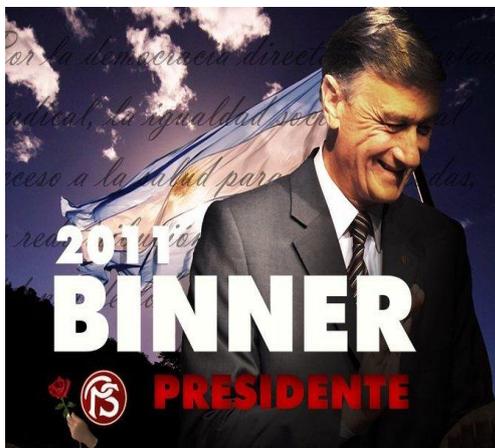
<sup>163</sup> Mariano Blanco es publicitario y diseñador de páginas web, y trabajó en el equipo de gestión de contenido de la campaña política de Binner 2011.

podemos ver algo clásico, como la conexión entre el página y las redes sociales como: twitter y facebook, donde los electores pueden dejar sus mensajes y ‘conectarse directamente’ con el parlamentario. Hablando sobre la parte estética de la página web, yo puedo afirmar que hay una íntima relación entre los colores, técnicas y contenidos. (BLANCO, Entrevista, Buenos Aires, 16.1.2012).

## 2. Fuente Secundaria

### ➤ Presentación del documento impreso: Cartilla

Imagen 25: Candidatura oficial de Hermes Binner



En el caso del candidato socialista, apenas un documento fue analizado como fuente secundaria. La cartilla habla de 4 puntos considerados por el político como los más urgentes. En principio, también habla directamente a los electores que no se identifican con ninguna de las opciones electorales existentes, es decir, a un público dudoso. Como afirma, Binner (2011) en la cartilla, “nuestras propuestas se asientan en los valores de la sociedad, la participación y la transparencia.”

Tabla 43: Cartilla FAP

Tema	Subtemas
Social	Participación ciudadana, Recuperación del federalismo, Transforma clientelismo en derecho, hacer posible una justicia accesible, pacificadora y transparente, Asegurar la nutrición y la alimentación de todas las niñas, niños, adolescentes y embarazadas; Problemas económicos.

<b>Desarrollo</b>	Desarrollo sostenible y la redistribución de la riqueza, Innovación y tecnología, Transferencias de tecnología.
<b>Educación</b>	Montar escuelas con horarios integrales en las provincias más pobres, constituir un posicionamiento pedagógico que entienda a la educación como un potente movimiento;
<b>Salud</b>	Mejores las condiciones para la salud de las mujeres, Fortalecer el sistema estatal de salud, Construcciones de hospitales y formación de médicos para las provincias lejanas.

La cartilla como recurso publicitario del marketing político de una propaganda electoral, para Santana, Júnior y Dabul Garcia (2009) cumple la función de comunicar al pueblo lo que el candidato desea hacer o lo que está haciendo, como una prestación de cuentas, de los compromisos asumidos. Al mismo tiempo la cartilla tiene la función de recopilar información del público para trazar una línea de gestión que cumpla con sus reclamos.

En realidad analizando hoy la cartilla de Binnner, yo puedo decir que esta viene a atender a dos públicos diversos. Primero, el cual no se identifica con ningún partido político y sí con las acciones que deberán ser realizadas. Y en segundo lugar una cartilla que también sirve para los electores que buscan información más corta, pero que esta no pierda su contenido. (BLANCO, Entrevista, Buenos Aires, 16.1.2012).

La próxima tabla mostrará el análisis de la agenda política del partido FAP con sus categorías y componentes.

**Tabla 44: Análisis I de la Agenda Política del FAP**

<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1.Medio Ambiente</b>	Promover el desarrollo sustentable como la conjunción indivisible y equitativa de los componentes socio-políticos, económico-productivos y ecológico-ambientales; Impulsar un desarrollo que establezca vínculos equilibrados entre la sociedad y la naturaleza, considerando que la degradación ambiental no es una consecuencia ineludible de la actividad humana; Profundizar en las políticas públicas la asociación del tema agua, saneamiento y disposición adecuada de residuos con la salud y la vida; Impulsar criterios de salud ambiental controlando y regulando las actividades productivas, comerciales o de servicio que constituyan una

	<p>fuelle potencial de riesgo para la salud y la vida; Preservar la biodiversidad y el aprovechamiento sostenible de los bienes y recursos naturales renovables; Impulsar una política adecuada que supere los conflictos que acarrea el desarrollo no planificado; Garantizar el sustento ambiental y social de todas las actividades productivas; Impulsar una política de cambio, trabajando sobre los sistemas nacionales para hacer un uso racional de la energía y priorizar el desarrollo fuentes alternativas; Desarrollar una política ambiental nacional con carácter Federal fortaleciendo todas las instituciones y áreas con competencia en esta materia; Fortalecer los mecanismos de participación de los distintos sectores de la sociedad.</p>
<b>2.Cultura</b>	<p>Cultura y construcción de sentido; Cultura como dispositivo de inclusión social; Cultura como fomento, desarrollo y proyección de las artes y sus creadores; Cultura y Espacio público; Cultura como construcción de la memoria, identidad y reivindicación de la historia argentina y latinoamericana; La Cultura como el lugar de la diversidad y dispositivo que abraza los Derechos Humanos; La Cultura como comunicación; La Cultura como capacitación, fomento y creación de espacios para el trabajo; La Cultura como un lugar de transmisión; La Cultura como distribución del afecto en el territorio; La cultura como creación colectiva del pueblo argentino; Intelectuales dan apoyo a Binner, Binner en la universidad.</p>
<b>3.Economía</b>	<p>Construir diálogo efectivo será prioridad para de políticas económicas; Formulación de un proyecto estratégico de desarrollo de mediano y largo plazo que identifique los sectores y cadenas de valor de mayor productividad, económica y social, que puedan liderar el desarrollo y convertirlas en áreas estratégicas. Sus lineamientos serán fruto del diálogo y el debate entre una multiplicidad de actores productivos, de los trabajadores y el Estado, en articulación con ámbitos académicos; Consensuar los pilares estratégicos, como así también pensar el destino del ahorro nacional, redefinir el sistema financiero local, multiplicar los incentivos a la inversión, impulsar una mejor distribución del ingreso como resultado de una estructura tributaria más justa y una política de gasto eficiente, coordinar un sistema de federalismo fiscal más transparente y lograr una gestión sustentable de los recursos naturales; Ampliar, densificar y modernizar el aparato productivo nacional. Revertir el proceso de primarización actual de la economía, promoviendo la industrialización de los productos en los lugares de origen y potenciando al sector de servicios; Superación de falsos dilemas, mercado interno o externo, agro o Industria, pequeña y medianas empresas o grandes empresas. Nuestra idea de producción acentúa la importancia</p>

	de las cadenas de valor en los sistemas productivos; Implementación de políticas microeconómicas específicas que sean fruto de la discusión y el acuerdo entre los empresarios, los trabajadores y el Estado; Problemas económicos.
<b>4.Social</b>	Otorgar una importancia central a la gestión municipal y a la participación ciudadana; Promover una cultura de convivencia, transparente y solidaria; Concebir la seguridad social como un derecho humano fundamental, que debe brindarse a todos los miembros de la sociedad, de forma igualitaria, sin diferencias de estatus, género, orientación sexual, etnia o nacionalidad; Universalizar el sistema de seguridad social con alta justicia distributiva, equilibrado y con sostenibilidad en el largo plazo; Fortalecer el régimen público, solidario y obligatorio coordinando acciones de carácter contributivo con asistenciales con miras a la cobertura universal; Coordinar los regímenes de cobertura de las diferentes contingencias sociales vigentes en los ámbitos nacional, provincial y municipal, respetando el federalismo y con el objeto de mantener los derechos de los ciudadanos evitando duplicidades; La inflación es el impuesto más injusto que existe, es una máquina de hacer pobres; Medios: la Argentina está en la lista negra; Participación ciudadana; Asegurar la nutrición y la alimentación de todas las niñas, niños, adolescentes y embarazadas;
<b>5.Política Nacional</b>	Construir consensos que atraviesen horizontalmente a los partidos políticos y a las instituciones de la sociedad civil; Sustentar una gestión pública que logre un equilibrio entre los aportes políticos y técnicos; Reformular la política social para que pueda constituirse como una herramienta fundamental que le permita al Estado garantizar un suelo de ingreso y derechos al conjunto de la población; Se trata de superar la lógica proveedor/beneficiario; Articular y coordinar las políticas con los actores civiles y sociales, generando una participación social incluyente, amplia, horizontal y con capacidad decisoria; El análisis de los próximos 4 años; Estatización de los fondos previsionales; La ley de medios, La estatización de Aerolíneas Argentinas, Futuro tratamiento del Presupuesto 2012; Independencia CNV- único organismo de control, ; Unidad y cohesión, Reforma constitucional; Binner fortalece vínculos con Frente Amplio de Uruguay; La ofensiva del gobierno preocupa a editores periodístico y a la oposición; Binner se torna mira de Alfonsín en campaña; Una carta de Binner a la presidenta abrió una fuerte polémica; Binner alertó sobre un posible clientelismo; El gobierno nacional no acepta que haya otro modelo como el de Santa Fe; Recuperación del federalismo
<b>6.Política</b>	Redefinir la estrategia internacional de acuerdo con objetivos

<b>Internacional y Relaciones Internacionales</b>	de largo plazo para sortear con éxito las incertidumbres e inestabilidades del rumbo económico y político mundial; Es importante definir hacia dónde y de qué modo queremos avanzar; La relación con Brasil es y será fundamental para Argentina; El conjunto de ámbitos regionales que disponemos – Mercosur, Unasur, la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños, entre otros – y la mejora gradual y sustantivo de lazos con los vecinos del área nos ofrecen una plataforma para emprender una política regional más activa y propositiva; Avanzar en el fortalecimiento del multilateralismo permite un mayor equilibrio en las relaciones entre los países y las regiones; El cambio climático es uno de los temas clave de la agenda; ¿Hay un compromiso del gobierno nacional con Irán que nos lleve a ceder soberanía?
<b>7. Justicia y Derechos Humanos</b>	Garantizar la independencia judicial como elemento central de la relación entre los poderes. Actuar en contra de la autonomía necesaria para que un juez trate y resuelva un caso, y hacerlo desde el Estado; Implementar políticas activas para desterrar los problemas que conspiran contra una justicia independiente, ligados a incorrectos funcionamientos, ejercicios de presiones, tráfico de influencias internas y externas al poder judicial, y deficiente formación teórica y profesional; Establecer como prioridad el cumplimiento efectivo de las “sentencias de los Jueces de la Nación”, respetando las normas de forma que regulan dicha obligación; Erradicar la pobreza, la indigencia como paso fundamental para generar una sociedad más igualitaria; La justicia debe actuar con un poder independiente; Justicia en la Argentina; Abuso de poder del Gobierno; Permanencia e impunidad; Transforma clientelismo en derecho; hacer posible una justicia accesible, pacificadora y transparente;
<b>8. Salud</b>	Construir el Sistema Único de Salud en base a cuatro principios: universalidad, gratuidad, equidad, participación democrática de trabajadores y usuarios; Elaborar la reforma sanitaria que sienta las bases de un sistema único de salud con cobertura universal; Fortalecer el sistema estatal como el primer paso hacia el Sistema Único de Salud, integrando los sistemas provinciales, los sistemas municipales, las obras sociales estatales y el Pami; Implementar en el sistema estatal la atención primaria como estrategia de intervención, la construcción de redes asistenciales y la producción pública de medicamentos para uso del propio sistema estatal; Mejoras las condiciones para la salud de las mujeres, Fortalecer el sistema estatal de salud, Construcciones de hospitales y formación de médicos para las provincias lejanas.
<b>9. Desarrollo, Ciencia</b>	Reflejar una mirada de largo plazo, sostenible e inclusiva del

<p><b>y Tecnología</b></p>	<p>desarrollo de nuestro país; Diseñar políticas de Estado en ciencia, tecnología e innovación con programas estratégicos de desarrollo de alcance provincial/regional; Financiar la inversión en ciencia, tecnología e innovación en rangos no menores al 1% del PBI con recursos del presupuesto nacional; Planificar en forma soberana y sustentable de las políticas de explotación de los recursos naturales del país; Desarrollar de manera armónica y descentralizada del sistema educativo y científico-tecnológico, propiciando un aumento sostenido en espacios, equipamiento y capacidades humanas; Fortalecer la vinculación social y tecnológica en la solución de necesidades y temas prioritarios regionales; Promover sistemas locales de innovación que dinamicen las economías regionales, integren los sistemas productivos y sus cadenas de valor en actividades de innovación, desarrollo y transferencia de tecnologías; Desarrollar las capacidades emprendedoras y fondos de capital de riesgo en actividades de alto impacto social y económico. Incentivar la inversión pública y privada en investigación, desarrollo e innovación; Promover la apropiación social de los beneficios de la ciencia y la tecnología, estimulando la creatividad e innovación desde edades tempranas; Desarrollo sostenible y la redistribución de la riqueza, Innovación y tecnología, Transferencias de tecnología.</p>
<p><b>10.Infraestructura</b></p>	<p>-Promover la planificación del Estado nacional junto con los estados provinciales como dinamizadores de los procesos de transformación e inversión en infraestructura; Definir una infraestructura debidamente planificada, federal y concebida desde la perspectiva de los derechos de los ciudadanos para contar con servicios básicos en un ambiente sustentable con un desarrollo equilibrado de las distintas regiones; Priorizar los proyectos que promuevan la producción y el desarrollo integral del hábitat y las economías regionales.</p> <p>-Organizar la infraestructura vial y los sistemas de transporte (ferroviario, aéreo y fluvial) como políticas de estado dinamizadoras de las economías regionales, optimizadoras de la conectividad y la seguridad vial; Refundar el sistema ferroviario tanto de cargas como de pasajeros pensando en el país que queremos y no el que fue.</p> <p>-Considerar la energía como un derecho humano; Diversificar la matriz energética actual, que presenta una fuerte dependencia de los hidrocarburos; Alcanzar el autoabastecimiento energético.</p> <p>-Desarrollar una política federal de saneamiento, concebida a partir del reconocimiento del derecho humano al acceso a los servicios del agua y desagües cloacales, íntimamente asociados a la salud y la calidad de vida de la población; Promover con los estados provinciales nuevos consensos</p>

	sobre los principios rectores del agua potable y saneamiento; Promover la cultura del agua, la investigación y el desarrollo tecnológico en políticas de agua y saneamiento; Impulsar un Plan Maestro de Riego a nivel de regiones que permita integrar nuevas tierras a la producción.
<b>11.Educación</b>	Impulsar acciones que convoquen a reformular los modos de enseñar y aprender, avanzando hacia una mirada compleja de la realidad; constituir un posicionamiento pedagógico que entienda a la educación como un potente movimiento; movimientar hacia una ética y una estética de la enseñanza, que entiende que el aprendizaje se produce en y desde la acción y todas las representaciones y reflexiones que ésta genera; demandar una reforma profunda del pensamiento y de las formas; y un cambio de la propia organización educativa tendiente a vincular a los diferentes estamentos jurisdiccionales y burocráticos y los distintos niveles y modalidades de la enseñanza; Trabajar este abordaje con la participación de los actores directos e indirectos del sistema, respetando las autonomías provinciales y con la producción de acuerdos federales necesarios en el marco de la construcción de un proyecto nacional; Reformular de las relaciones con las organizaciones de trabajadores y con la sociedad en su conjunto y un replanteo no sólo de los programas, de las metodologías y de la organización escolar, sino un rediseño de la burocracia y los soportes jurídicos, contables, técnicos, tecnológicos y comunicacionales; Mejorar la calidad educativa; Montar escuelas con horarios integrales en las provincias más pobres, constituir un posicionamiento pedagógico que entienda a la educación como un potente movimiento.
<b>12.Seguridad</b>	Abordar la cuestión de la seguridad ciudadana de manera integral e intersectorial, articulando los tres niveles del Estado y la sociedad civil; Implementar un enfoque de la política de seguridad sistémico e integral; Intervenir de manera coordinada en cada uno de los cinco eslabones para mejorar el desempeño de cada uno y de conjunto; Proponer una política de seguridad cuyo espejo sean los estándares establecidos en los tratados internacionales de Derechos Humanos; Es necesario construir una alianza social y política que le otorgue sustento y legitimidad a los lineamientos generales de la política de seguridad;. Seguridad en Rosario;
<b>13.Juventud</b>	Generar dispositivos institucionales innovadores para la incorporación de la perspectiva de juventudes en todas las áreas de gobierno de manera transversal; Desarrollar políticas de juventud integrales, transversales y participativas, atendiendo a las diferentes realidades de este colectivo diverso; Modificar el abordaje a las problemáticas de los jóvenes, superando los viejos paradigmas

	estigmatizantes y reduccionistas de la juventud que generaron políticas sectoriales, compensatorias, con perspectivas reactivas y reduccionistas; Profundizar los lazos y la cooperación con las áreas de juventud internacionales y regionales.
<b>14.Igualdad de Géneros</b>	Garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre los géneros; Impulsar la igualdad de derechos y oportunidades para todos y todas, independientemente de su género y elección sexual, sus creencias, su edad, su etnia y su ideología; El Estado debe asumir la violencia basada en las diferencias de género, como una prioridad política, porque la cual representa una de las principales violaciones de los Derechos Humanos; Concebir a la salud sexual y reproductiva como un derecho; Prevenir y combatir el delito de trata de mujeres y niñas desmantelando las redes y generando campañas de sensibilización y prevención; Promover políticas públicas que garanticen la igualdad de oportunidades y trato en el mundo laboral; Garantizar la no exclusión, no discriminación y el ejercicio pleno de los derechos.
<b>15.Derecho</b>	Garantizar los derechos fundamentales que son fuerza expansiva de democratización social, reducir las divergencias entre reconocimiento y goce de los mismos. El estado debe garantizar el derecho a tener derechos; Lograr trabajo decente, ejercido en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, con remuneración adecuada y protección social, proveyendo las garantías para la acción colectiva; Garantizar pluralidad y libertad sindical en las organizaciones representativas de los trabajadores que puedan permitir nuevas construcciones colectivas; Promover la negociación colectiva como una herramienta de democratización de las relaciones laborales y un factor de participación de los trabajadores; Implementar una política de empleo e ingresos, formación profesional que contemple las distintas etapas de la vida de las personas; Promover la erradicación de las distintas formas de trabajo no registrado y de precarización, tercerización y fraude laboral; Combatir a las distintas formas de discriminación laboral y al trabajo infantil; Promover la protección de la vida y salud de los trabajadores; Prevención y reparación son dos caras de la misma moneda y deben tratarse conjuntamente encuadradas dentro de los preceptos de la seguridad social; Construir ciudadanía, con un enfoque de Derechos, implica definir los mecanismos a través de los cuales los estándares de derechos serán resguardados; Implementar una intervención pública de carácter universal para poder integrar y articular planes, programas, normas, estrategias que permitan extender a toda la población, el conjunto de prestaciones sociales y el

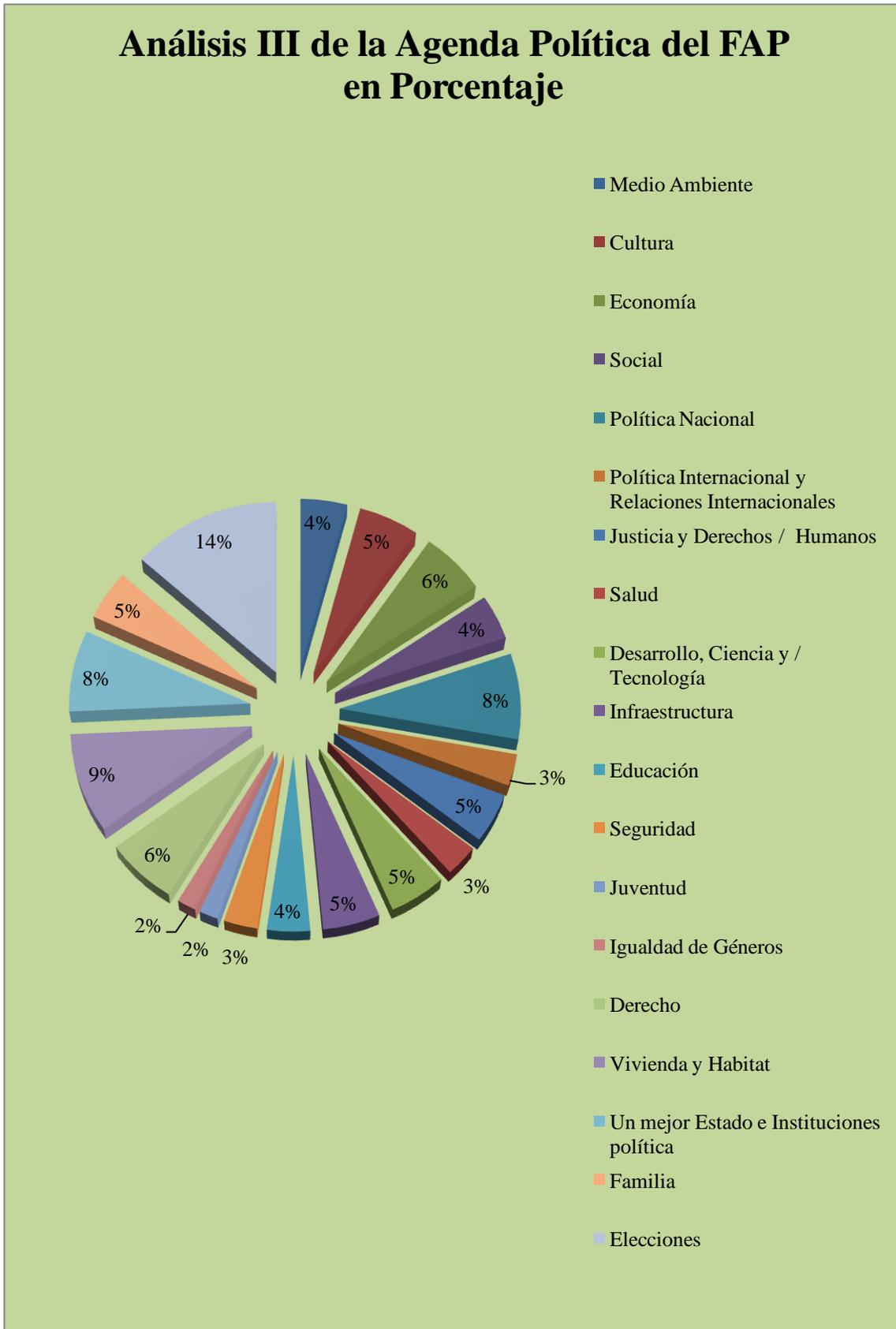
	<p>ejercicio pleno de los derechos sociales; Promover la participación de los titulares de las prestaciones sociales universales, como sujetos de derecho;</p>
<b>16.Vivienda y Habitat</b>	<p>Planificar el desarrollo territorial, no sólo resolviendo la emergencia, sino teniendo en cuenta el plan estratégico nacional. El hábitat adecuado, lo hace también un modelo territorial de desarrollo. Es importante pensar la sostenibilidad de las ciudades y el proyecto de país que las sustentará; Rol activo del Estado como garante del acceso a la vivienda. El Estado no puede estar ausente de la problemática de la vivienda; Fijar la utilidad pública de la tierra urbana. Es necesario que el Estado en sus distintos niveles cuente con una política de tierras y con instrumentos que le permita facilitar el desarrollo de tierra urbana, cuando fuera necesario; Desarrollar alianzas público-privadas para el desarrollo de tierras e infraestructura; Trabajar en la regularización dominial: por cada propietario, un título de propiedad. La falta de formalidad es un pasivo social que desvaloriza la inversión que las familias han hecho en sus barrios; Poner en valor el esfuerzo realizado por las familias que ya tienen una vivienda. Gran parte del déficit se puede resolver con pequeñas mejoras o modificaciones en las viviendas existentes; Intervenir en soluciones para las villas miseria. Las villas miseria, que durante años fueron un lugar de llegada pasajero para las familias migrantes, se han convertido en una realidad estructural; Recuperar el crédito hipotecario. Una sociedad sin acceso al crédito es el resultado de una sociedad sin confianza. Debemos fomentar el ahorro a largo plazo y permitir que miles de familias puedan acceder a la vivienda.</p>
<b>17.Un mejor Estado e Instituciones política</b>	<p>Impulsar políticas tecnológicas y de información y las comunicaciones para los ciudadanos; promover la información de la gestión de gobierno, promoviendo la transparencia y eficacia; jerarquizar y profesionalizar el empleo público nacional, recuperando el sentido de carrera y buscando una mayor motivación y receptividad al cambio; Impulsar las diferentes áreas de políticas; Naturalizar el control como política de Estado; Impulsar la activación y vinculación de los distintos estamentos de control interno – Defensor del Pueblo, oficinas anticorrupción; Acercar los organismos de control a la ciudadanía; Incorporar auditorías públicas y otras herramientas de control ciudadano; Fortalecer las relaciones intergubernamentales Nación/provincias/municipios; Impulsar un desarrollo más armónico y homogéneo en el país; Impulsar el ordenamiento territorial ambiental como proyecto integral y transversal a las diferentes áreas del gobierno; Generar marcos de consenso y de participación de los agentes políticos, sociales</p>

	<p>y económicos; Fortalecer los Consejos Federales, para que se definan políticas de estado y se orienten las inversiones y los recursos con un sentido solidario y federal; Efectuar una devolución de facultades del Ejecutivo al Congreso, y promover una total independencia de la Justicia; Mejorar el sistema político, Avanzar hacia sistemas electorales más transparentes, Limitar el rol y las atribuciones del Poder Ejecutivo en las distintas etapas del proceso electoral; Garantizar espacios para que la ciudadanía se comprometa activamente con los asuntos públicos.</p>
<b>18.Familia</b>	<p>Familia de emigrantes; estudiante de medicina; Consejero Graduado en la Facultad de Medicina; Especialista en Anestesiología y Medicina del Trabajo; luego en Salud Pública, Subdirector y Director de diversos Hospitales Público; Electo concejal de la ciudad de Rosario; Intendente de Rosario; Diputado Nacional; Miembro Fundador y Secretario Ejecutivo de Mercociudades; Presidente del CIDEU (Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano); y Presidente de la Federación Argentina de Municipios.</p>
<b>19.Elecciones</b>	<p>El FAP no habilitará ninguna reforma constitucional que permita la reelección indefinida; Binner acusó de autista al gobierno nacional; La inflación es el impuesto más injusto que existe, es una máquina de hacer pobres; La oposición y el oficialismo no serán lo mismo; Medios: Argentina está en la lista negra; Mejorar la calidad educativa; El oficialismo debe convocar al diálogo; Una oposición constructiva; Elecciones 2011; Recorte del gasto público, Frente al temor, obediencia y sometimiento; Oficialista por estrategia; Opositor moderado; El país que se viene; Los líderes de la oposición; Redefinir el perfil opositor; Construir un país en celeste y blanco, Es hora de cambiar este modelo de saqueo; , La gente no necesita que le regalen nada. Estamos en manos de gente sin escrúpulos, Los fondos de los jubilados financian otras cosas; Hay que generar una nueva política, que le sirva a la gente; Binner criticó el pensamiento único; Cristina Kirchner supera el 52% y Binner va segundo; Cristina prefiere al socialismo como segunda fuerza; Binner pidió que la gente lleve boletas; Binner en Rosario; Reunión del socialismo; Líder de FAP evita pelea con la UCR; El FAP no habilitara ninguna reforma constitucional que permita la reelección indefinida; Binner acusó de autista al gobierno nacional; La oposición y el oficialismo no serán lo mismo;</p>

**Tabla 45: Análisis II de la Agenda Política del FAP en Números**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Medio Ambiente	<b>10</b>
<b>2</b>	Cultura	<b>13</b>
<b>3</b>	Economía	<b>14</b>
<b>4</b>	Social	<b>10</b>
<b>5</b>	Política Nacional	<b>19</b>
<b>6</b>	Política Internacional y Relaciones Internacionales	<b>7</b>
<b>7</b>	Justicia y Derechos Humanos	<b>11</b>
<b>8</b>	Salud	<b>7</b>
<b>9</b>	Desarrollo, Ciencia y Tecnología	<b>12</b>
<b>10</b>	Infraestructura	<b>12</b>
<b>11</b>	Educación	<b>9</b>
<b>12</b>	Seguridad	<b>7</b>
<b>13</b>	Juventud	<b>4</b>
<b>14</b>	Igualdad de Géneros	<b>4</b>
<b>15</b>	Derecho	<b>15</b>
<b>16</b>	Vivienda y Hábitat	<b>22</b>
<b>17</b>	Un mejor Estado e Instituciones política	<b>18</b>
<b>18</b>	Familia	<b>11</b>
<b>19</b>	Elecciones	<b>32</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>225</b>

Gráfico 12: Análisis III de la Agenda Política del FAP en Porcentaje



Analizando los números de la tabla 45 y traduciendo a porcentaje, se puede afirmar que una de las preocupaciones del candidato del partido socialista, Hermes Binner fue el de impresionar con su texto político y con esto atraer al mayor número de votantes. Con esto también, se puede decir que su objetivo fue alcanzado, cuando sacó el 17% y conquistó el segundo lugar en las elecciones de 2011. Temas polémicos como: ir en contra la reformulación de la constitución que permita la reelección, la ley de medios y la colocación de la prensa en la lista negra argentina, recorte del gasto público y denunciar el oficialismo de Cristina Kirchner fueron debatidos en la campaña política de Binner. Todos esos tópicos llegaron a representar 14% de la agenda política del FAP y 32 componentes de la categoría, elecciones.

Otro aporte importante de su campaña, fue el tema vivienda y hábitat representando 22 componentes y el 9% de la agenda política del partido. Otra categoría que llegó muy próxima de este último tópico, fue política nacional con 19 componentes y 8% de representatividad. Los temas abordados en esta categoría fueron: construir consensos que atravesen horizontalmente a los partidos políticos y a las instituciones de la sociedad civil, estatización de los fondos previsionales y una reformulación de la política social. Una categoría muy próxima de la política nacional, tanto en contenido de los componentes y en porcentaje fue, un mejor Estado e instituciones políticas. Ésta, también trató temas como: naturalizar el control como política de Estado, impulsar políticas tecnológicas y de información y las comunicaciones para los ciudadanos y fortalecer los Consejos Federales, para que se definan políticas de estado y se orienten las inversiones y los recursos con un sentido solidario y federal.

Un segundo bloque de componentes fue formado por 7 categorías, 88 componentes y representó el 37% de la agenda, son ellos: derecho, economía, cultura, desarrollo, ciencia y tecnología, infraestructura, familia, justicia y derechos humanos. Todas esas categorías sacaron entre 15 y 11 componentes y representó entre 6 y 5 por ciento de la agenda política del FAP. La categoría, derecho, abordó temas de responsabilidad del estado como: garantizar los derechos fundamentales que son la fuerza expansiva de democratización social y reducir las divergencias entre reconocimiento y goce de los

mismos. Mariano Blanco, señala la similitud entre las categorías; familia, justicia y derechos humanos.

¡Yo no hablo sólo de la similitud de los números! En Sudamérica es común la mezcla de historia familiar con temas políticos, principalmente en Argentina debido a su historia dictatorial. Podemos observar que la categoría Justicia y Derechos Humanos está en el mismo plan familiar, es decir, que la familia, Binner apoya la justicia y los derechos humanos. (BLANCO, Entrevista, Buenos Aires, 16.1.2012).

Otro punto en el que se puede observar similitudes, tanto en números de componentes, como en porcentaje, son las categorías: desarrollo, ciencia y tecnología, juntamente con infraestructura. Las dos, están en el mismo plan, es decir, 12 componentes y 5% de representatividad en la agenda. Esto también puede ser leído como una preocupación social de desarrollar el país tanto en la línea de ciencia y tecnología, como también mejorando la infraestructura. Las primeras categorías de este bloque fueron economía y en seguida cultura. Y aún con el mundo viviendo, una crisis económica mundial, no se ve preocupación por parte del candidato de direccionar su discurso económico hacia la internacionalización. Los temas son muy centrados en una economía local y regional, como: consensuar los pilares estratégicos, como así también pensar el destino del ahorro nacional, coordinar un sistema de federalismo fiscal más transparente y lograr una gestión sustentable de los recursos naturales, ampliar, densificar y modernizar el aparato productivo nacional, revertir el proceso de primarización actual de la economía, promoviendo la industrialización de los productos en los lugares de origen y potenciando al sector de servicios. La categoría, cultura con 13 componentes y 5% de representatividad intenta mostrar el concepto de cultura en su amplitud social, como se ve en la tabla 38. Cultura como construcción de la memoria, identidad y reivindicación de la historia argentina y latinoamericana, la cultura como el lugar de la diversidad y dispositivo que abraza los derechos humanos y cultura y construcción de sentido.

Las categorías, medio ambiente y social representaron en números y porcentajes la misma cantidad, es decir, 10 componentes y 4% de representatividades en la agenda

política de la FAP. Durante el periodo de campaña electoral, la discusión sobre los temas ambientales siempre permearon el desarrollo sustentable. Temas como: Preservar la biodiversidad y el aprovechamiento sostenible de los bienes y recursos naturales renovables, también formaron parte de la agenda. La categoría social buscó promover una cultura de convivencia, transparente y solidaria y concebir la seguridad social como un derecho humano fundamental, que debe brindarse a todos los miembros de la sociedad, de forma igualitaria, sin diferencias de estatus, género, orientación sexual, etnia o nacionalidad. Otra categoría que también permeó los 4% fue educación. Las propuestas lanzadas por Binner, buscaban una reformulación de los modos de enseñar, como: constituir un posicionamiento pedagógico que entienda a la educación como un potente movimiento.

Las últimas 5 categorías, como: política internacional y relaciones internacionales, salud, seguridad, juventud e igualdad de género sumaron juntas el total de 25 componentes y 13% de representatividades en la agenda. Analizando la primera categoría de este último bloque, se observa una preocupación por parte de Binner por mantener una relación estrecha con Brasil, con los ámbitos regionales disponibles, como: Mercosur y Unasur, como también, con países del Caribe. Por Binner ser médico de formación, muchos críticos políticos argentinos esperaban una mejor mirada sobre la salud nacional. Observando los componentes que formaron la categoría salud, se puede ver que la mayor preocupación del candidato era con la construcción del sistema único de salud.

Por parte de la seguridad, no se observa ninguna novedad en las propuestas de Binner. Entre otras propuestas la más avanzada fue la de proponer una política de seguridad cuyo espejo sean los estándares establecidos en los tratados internacionales de Derechos Humanos. Ya con las categorías, juventud e igualdad de géneros sacando las menores noticias en relación a otras categorías, no se puede afirmar que hubo una desatención política por parte del FAP. Al contrario, si se compara con campañas electorales anteriores se observa una preocupación por parte de todos candidatos argentinos en traer a la luz de la campaña, temas como: garantizar la igualdad de trato y oportunidades entre los géneros, promover políticas públicas que garanticen igualdad de oportunidades

y trato en el mundo laboral, como también, garantizar la no exclusión, no discriminación y el ejercicio pleno de los derechos. El tema juventud, viene tomando cada día más visibilidad ante la política, con esto, los políticos empezaron a trabajar, no apenas políticas de desarrollo juvenil, pero también, generar dispositivos institucionales innovadores para la incorporación de la perspectiva de juventudes en todas las áreas de gobierno de manera transversal. De esta forma la agenda política del socialista, Hermes Binner se presentó para los medios y para los votantes, en las elecciones nacional argentina de 2011.

#### **5.4. Agenda Periodística de Telefe Noticias a las 20h**

El trabajo desarrollado por los medios de comunicación en las elecciones nacionales argentinas 2011, levanta un interrogante hecho por varios investigadores de la comunicación. La pregunta es: *¿Los medios promueven candidatos?* Antes de intentar responder a esta pregunta, veamos un estudio realizado por Zukernik (2009), donde varios periodistas y políticos de varios partidos respondieron a una pregunta similar y se llegó a la conclusión de que es muy importante el apoyo de los medios a los candidatos, pero que dependiendo de la dosis, puede ser peligroso.

No sé si promueven directamente candidatos propios, no hay ninguna duda de que hay medios –no son todos- que juegan un papel preponderante con determinadas personas, tanto a favor como en contra. No solamente la promoción de determinado candidato, sino también la campaña negativa que pueden hacer a quienes son sus opositores. (BALTER, *apud* ZUKERNIK, 2009:45)<sup>164</sup>.

En la misma encuesta Bullrich (2009) explica que:

Algunos candidatos tienen un trato mejor que otros, que hay muchas razones: prejuicios, preconceptos, que hay espacios diferenciales, que no todos los espacios son iguales y que eso genera discriminación. Además, me parece también que está

---

<sup>164</sup>BALTER, Carlos, Diputado Nacional, MC, de Mendoza, Presidente de la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara Baja.

demostrado que cuando las cosas se hacen sin la responsabilidad necesaria, muchas veces los mismos candidatos que crecen, productos de una fuerte influencia mediática, si no tienen un sostén real, pueden caerse con la misma velocidad. Así que considero que esto es un problema serio. (BULLRICH *apud* ZUKERNIK, 2009:47)<sup>165</sup>.

Analizando los testimonios y los apartados 4.5 y 5.5 de la tesis no nos quedan dudas de que los medios promueven y ayudan (in)directamente a equis candidatos. Para Bater (2009:48) “el papel que juegan los medios es sumamente trascendente, ya que si los medios fueran independientes, el candidato podría exhibir sus fallas; con su accionar, aquellos defectos del político se puede disminuir o potenciar.” En el caso específico del medio Telefe, aunque como institución no tiene una línea editorial explícita se puede ver que hay puntos de contacto con el oficialismo por una actitud o postura del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*. Al referirse a los fines manifiestos del noticiero, Milva Castellini, productora del *Telefe Noticias a las 20h*, expresa:

Ser creíbles y poder informar con rigor lo que estamos diciendo. Es decir, tener el compromiso de comunicarnos y de transmitir las cosas lo más parecidas a lo que realmente son. Básicamente tiene que ver con eso, con la ‘información’, con acercarle al televidente lo que sucede, lo que nos pasa, lo que nos preocupa. Y nuestra responsabilidad es contarlo. Es una gran responsabilidad: saber que en mi voz, que en mi expresión y en la de mi compañero está yendo lo que nos pasa y la gente está recibiendo eso. (Entrevistada, Buenos Aires, 18.10.2011).

La agenda periodística de este noticiero está muy preocupada con la problemática social y puede señalarse como uno de los temas que Telefe muestra preocupación. El noticiero analizado tiene tres bloques, que tienen una relación de mayor a menor cantidad de noticias. Esto hace que la división de los primeros sea mayor que la de los últimos. El

---

<sup>165</sup>BULLRICH, Patricia, Ex ministra de trabajo del gobierno de la Alianza, fundadora del partido Unión por todos y pre candidata presidencial en 1999.

conductor y productor periodístico, Rodolfo Barilli al relatar un día de trabajo en la dinámica del noticiero cuenta.

Arrancamos a las 10 de la mañana. De 10 a 11 los coordinadores de edición observan el material disponible y el coordinador de producción observa cuáles son las coberturas. A las 11 tenemos la primera reunión de producción, que puede ser de una hora, dos o más, y en base a los temas de la mañana hacemos una primera selección de los que queremos cubrir para la tarde. Decidimos qué enfoque darle a los temas, modificamos las coberturas y mandamos a los periodistas de la tarde a realizarlas. A las 14, aproximadamente, cuando termina el otro noticiero, empieza la edición del nuestro. Lo fundamental es decidir temprano a qué vamos a apuntar, si vamos a tener invitados, a quién vamos entrevistar o si vamos a profundizar con algún móvil. Hay una primera rutina tentativa, pero se va modificando en base a lo que ocurra hasta la hora de aire. Los equipos se van a la calle, los cronistas escriben sus informes y allí se define la gran historia. El secreto, me parece, es el debate del que también participan los cronistas. A medida que van llegando, les preguntamos cuál es el enfoque que creen que hay que darle a las noticias, decidimos qué es lo que pretendemos de cada noticia y a partir de ahí empieza a correr la rueda hasta que salimos al aire. (Entrevistado por Susana Giménez, *In: El Programa Susana Giménez*, Buenos Aires, 25.10.2011).

El informativo es conducido por dos periodistas: Rodolfo Barilli y Cristina Pérez que presentan las noticias conjuntamente con el comentarista, Javier Díaz. Los presentadores se encuentran en su escritorio, mirando de frente a los espectadores. Según Eliseo Verón (2002) con esta mirada los reporteros buscan establecer una comunicación directa con el telespectador y es, además, una operación que busca desficcionalizar el discurso (que se opone al cine, en donde no se debe denunciar el

lugar de la cámara). Es por eso que la mirada a los ojos (eje y-y) es una constante en los informativos y programas periodísticos.

La estructura del programa es bastante rígida, siempre son tres bloques de duración decreciente. Los conductores presentan las noticias intercalándose, siempre la cámara los toman en primeros planos, vemos su rostro que nos mira y nos introduce en la noticia. Esta formalidad sólo es quebrada al finalizar cada bloque, en donde se puede ver a los presentadores mirarse (quiebran o interrumpen el eje y-y) o hacen algún comentario; todo esto acompañado por un plano medio que nos permite ver el entorno y parte de la escenografía. Con respecto al tratamiento de la puesta de cámaras, no hay grande despliegues, sino cierta sobriedad. Una cámara que funciona, como un ojo por donde se mira “la verdad”. La misma sobriedad se ve reflejada en la escenografía, donde prima la gama de colores fríos como: los azules, claros y celestes.

De acuerdo con el Instituto de investigación social, Gino Germani de la UBA, (2011) las noticias nacionales de este noticiero giran en torno a un 85% (promedio semanal estimado). Con respecto al tipo de noticias, las informaciones sociales (jubilados, problemas barriales, despido, criminalidad, etc.) ocupan el 45%. En palabras del reportero y productor, Guillermo Panizza<sup>166</sup>, “Este noticiero se hace desde la gente. Nos interesa informar partiendo de aquellos que le preocupa en su vida diaria.” Y agrega “Las noticias que damos son las que dicta la actualidad, pero el trato es distinto porque nuestra marca es la solidaridad.” El noticiero hace hincapié en noticias del tipo social e incluye secciones como: “El rincón de la muerte”, “Ustedes denuncian y Telefe investiga”.

Los periodistas que acompañan a los conductores son los encargados de “dramatizar” los informes, mediante el tono de voz o de lo impactante de la toma en directo. Aunque los hechos son narrados en muchos casos por los protagonistas, el paso del periodista es muy importante, y es el encargado de darle emoción a la noticia. En el periodo electoral el noticiero siguió con la misma grilla periodística, es decir, la misma estructura informacional. Tres bloques con orden noticiable decreciente, donde el primero es mayor que el segundo y el tercero, tanto en tiempo, como en números de noticias. En el

---

<sup>166</sup> Entrevistado en Buenos Aires en el día 20.10.2011.

periodo analizado, 3.10.2011 a 21.10.2011, que corresponde a 15 ediciones del *Telefe Noticias a las 20h*, 15 horas o 900 minutos, la primera noticia con el título, Elecciones 2011 fue al aire en el día **14.10.2011**. La portada que abrió el segundo bloque trató de una pregunta, como: Bien, ¡a nueve días no! ¿Qué clima hay en las calles? ¿No parece, no?

Para este comportamiento frío del noticiero, en relación a las elecciones 2011, el cronista Reynaldo Sietecase explica que, todo fue debido el resultado de las primarias ocurrido en 14.8.2011 y que los votantes ya no tenían ganas de salir a la calle a manifestarse a favor, o en contra de los probables resultados de las elecciones. En esta fecha, **14.10.2011**, también fue mostrado el día a día de los candidatos y aun no hablando directamente de Cristina Kirchner, se observa algo de positivo para la candidata, cuando el texto de otros candidatos es editado. Como fue el caso de Ricardo Alfonsín, al afirmar que la presidenta podría ganar las elecciones todavía en la primera vuelta, pero que él no le creía nada.

Como se puede ver en el próximo apartado 5.5 apenas una única noticia negativa fue presentado por el noticiero contra el candidato del la Frente Amplio Progresista, Hermes Binner, por su posicionamiento político y su crecimiento en las encuestas.

Reportero (TN, 18. Octubre de 2011):

Hermes Binner por encontrarse en la segunda posición en las encuestas busca ser opositor al gobierno.

Comentarista (TN, 18. Octubre de 2011):

El candidato de la FAP debería antes de perder tiempo en criticar el gobierno, que resolver sus problemas con la candidata, Elisa Carrió, por decir que había una especie de aval por la reelección de Cristina.

Las materias positivas relacionadas a la candidata, Cristina Kirchner empezaron a ser publicadas y hacer parte de la grilla periodística con mayor enfoque por el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* en la penúltima semana de las elecciones. A partir de esta fecha se concretizó lo que Balter (2009) llama de, papel preponderante de los medios a favor o en contra los candidatos con sus respectivas promociones. Observando el día

19.10.2011, tanto los conductores, como el comentarista hacen promociones para la candidata del partido FPV – Frente para la Victoria.

Comentarista (TN, 19. Octubre de 2011):

*CFK es la única que habla. Las cosas están bien, el apoyo está bien. Ella ahora va a aprovechar los votos obtenidos en 14 de agosto. Ella tiene que aprovechar de las empresas privadas, ¿en que aspecto? No se puede recibir ayuda de empresas públicas, pero puede tener apoyo de empresas privadas y que esto ella puede hacer muy bien y seguro que se va a utilizar.*

Conductor (TN, 19. Octubre de 2011):

*En las primarias se hablaba demasiado de una segunda vuelta, pero nadie está teniendo la posibilidad de una segunda vuelta.*

Conductor: (TN, 19. Octubre de 2011):

*Que está haciendo Hermes Binner?*

Comentarista: (TN, 19. Octubre de 2011):

*Por su posicionamiento político, él ahora tiene que buscar una buena base en el congreso para hacer frente a Cristina, porque si no, quedará aislado en la oposición.*

En estas fechas, fuera del día a día de los candidatos, también se observaron publicaciones muy tímidas sobre los resultados de encuestas hechas por algunos institutos de investigaciones.

En los dos últimos días, el apoyo de la Telefe al oficialismo era declarado. Fuera de los comentarios y de las tomas, habían también noticias cubiertas con imágenes del propio partido de la presidenta. Para dar un tono de neutralidad en la noticia, la edición trae un testimonio de la consultora, Analia del Franco, mostrando la importancia de las primarias y el cambio en las formaciones de los *spots*. Como afirma Bullrich *apud* Zukernik, (2009:47) “hay algunos candidatos que reciben un tratamiento especial por parte de algunos medios, como también diferentes espacios, resultando así en un acto discriminatorio.” Como forma de presentar los candidatos el *Telefe Noticias a las 20h* lanza en el día 20.10.2011 un reportaje que tenía el título: Campaña – una cuestión de imagen. Este reportaje mostraba los puntos más importantes que marcaron las

elecciones nacionales de 2011. Por el tamaño del reportaje, algunos detalles seguirán hasta el último día de la campaña.

En el último día de campaña, la noticia política no logra ganar el primer lugar en las portadas del *Telefe Noticias a las 20h*. El día **21.10.2011**, el informativo fue al aire mostrando la muerte del dictador Muamar el Gadafi. En la grilla, se ve también, política gubernamental sobre accidentes de tránsito con ciclistas y motociclistas, en la ciudad de Buenos Aires. El reportaje, Campaña – una cuestión de imagen, sigue por todo el segundo bloque del informativo y mostrando siempre que es posible el lado positivo de la presidenta.

Comentarista: (TN, 21. Octubre de 2011):

*Está claro que estas elecciones son las más emocionantes de la historia Argentina y yo les digo porqué. Porque todas las encuestas nos muestran que va haber un margen muy amplio entre la presidenta de la nación y los otros candidatos. Esto es un dato. ¡Un dato que nadie lo contradice!*

Comentarista: (TN, 21. Octubre de 2011):

*¡Atención a esto! Este lunes pasado hubo un hecho muy importante. Un 17 de agosto en la CGT sin presencia oficial, o sea, la relación con Moyano esta difícil, pero con un buen respaldo popular puede la presidenta entablar esta relación de una manera distinta.*

## **5.5. La muestra**

En la investigación de las elecciones nacionales argentinas de 2011 fue utilizado el mismo criterio de evaluación de las elecciones presidenciales brasileña de 2010, es decir, que de acuerdo con los criterios citados en la metodología, toda vez que el candidato es evidenciado o relacionado en la noticia, a pesar que no aparezca su imagen, o que no ha dado entrevista, es contada una evaluación. El periodo analizado es: 3.10.2011 a 21.10.2011, que corresponde a 15 ediciones del *Telefe Noticias a las 20h*, 15 horas o 900 minutos.

Este periodo es conocido como la fase caliente de las campañas, es común en los medios de comunicación la representación de las peleas partidarias y las discusiones

entre los candidatos. También en este periodo, los institutos de encuestas registraron una intención de voto que la presidenta Cristina Kirchner, (FPV) superaba el 50%. El segundo candidato presidencial con mayor intención de votos fue el socialista, Hermes Binner (FAP), gobernador de la provincia de Santa Fé (centro) con entre 12% y el 16%, seguido por el diputado Ricardo Alfonsín (UCR) con entre el 9% y el 12%. La tabla a continuación muestra el número de los noticieros vehiculados, como también de los analizados y análisis de las noticias.

**Tabla 46: Noticieros y porcentuales de la muestra - Elecciones Nacionales Argentina 2011**

	<b>1ª Vuelta</b>	<b>Total</b>
<b>Noticieros vehiculados</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>Noticieros Analizados</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>Numero de Noticias</b>	<b>13</b>	<b>13</b>

➤ **Presentación de los Datos**

El *Telefe Noticias las 20h* tiene características distintas de los noticieros de la Red Globo. Sus reportajes son casi siempre arriba de los 3 minutos y algunas veces son intercaladas en los 3 bloques que componen el informativo. En el periodo analizado el enfoque continuó siendo las noticias sobre violencia, es decir, noticias factuales, en su gran parte, producidas en la ciudad de Buenos Aires y algunas de otras provincias del país, como también noticias de interés humano. Las noticias de economía y política, cuando aparecen tienen menos tiempo en el noticiero que el deporte y el entretenimiento, los cuales tienen espacio garantizado en el tercer bloque. Las noticias internacionales y la meteorología son puestas generalmente entre el segundo y tercer bloque, contabilizando el total de 60 minutos. Como afirma Carlos Sirvén, “*Telefe Noticias a las 20h* va al aire a contar historias y no informar, o mejor, informar a través de las historias” (2009: 342). Al término del noticiero, los conductores terminan la edición con dos frases de impactos, como: “así están las cosas en el país y así las hemos contado” y su compañera sentencia: “es un placer.”

En relación a la cobertura periodística de las elecciones nacionales, en las dos primeras semanas del periodo analizado no se percibía a través de este informativo que el país vivía una de las elecciones más importante de su historia en el periodo democrático. En el noticiero de 10.10.2011 se puede tener en cuenta como era montado el informativo en las dos primeras semanas de análisis, es decir, no había evidencias de una campaña política.

### ***Telefe Noticias a las 20h 10.10.2011***

**Conductores:** Rodolfo Barili /Cristina Pérez

**Comentarista:** Javier Díaz

4 portadas: 2 por el primer conductor y 2 por el segundo

- Piratas Vip del Asfalto: Cómo operaban esta cadena de ladrones. (1'5'')
- Drama Argentino en el Himalaya. (1'5'')
- Discusión en la calle balean un joven músico en Palermo.(1'5'')
- Telefe Noticias ya en Venezuela: Argentina contra Venezuela. (0,5'')

#### **I Bloque: 20:06**

- Asfalto y pesadilla: los ladrones amenazaban con tortura y exigían dólares y euros.
- Maximiliano García, hermano del joven baleado explica que su hermano puede quedarse parapléjico.
- Andinista mendocino sufrió un infarto.
- Eliminatorias: Argentina contra Venezuela
- Un infierno de violencia: mujer violada, secuestrada y agredida por su propia pareja.

#### **Término: 20:37**

#### **II Bloque: 20:39**

- Señora denuncia el marido: Marcela Machi era golpeada por su propia pareja
- Otro crimen de la mafia china actúa en Mar del Plata
- Mundial de Rugby: Mario Ledesma habla de su último partido
- Los pumas de regreso en Argentina
- Cumpleaños Feliz: Organización del derecho de los niños

#### **Término: 20:49**

#### **III Bloque: 20:51**

- Cumpleaños a los 16 por el hecho de ser pobre
- Nació Antonia, la hija de Macri, gobernador de Buenos Aires
- El dueño de todos los gritos: Justin Bieber.
- Meteorología
- Rodolfo Barrili: así están las cosas en el país
- Cristina Pérez: es un placer
- 

**Término: 21:00**

En el periodo analizado, se observa a través de otros programas televisivos<sup>167</sup> que la exhibición de encuesta se iba tornando algo constante. El instituto de encuesta y sondeo, Ortega y Gasset y el Multimedios Prisma vehicularon que la candidata del partido, FPV - Frente para la Victoria podría ganar las elecciones, todavía en la primera vuelta. El sondeo mostró distintos escenarios de balotaje, todos favorables a Cristina Fernández Kirchner, la consultora M&F - Management & Fit habiendo publicado que la popularidad de la presidenta argentina, CFK seguía en descenso en 24,3% frente al 30% del pasado septiembre. Los dos primeros institutos explican que CFK se impondría 54 a 28 sobre Alfonsín, 57 a 19 contra Duhalde, 56 a 21 contra Binner y 58 a 21 contra Carrió. Los temas tratados en las encuestas eran: desempleo, aumento de impuestos, seguridad, educación y vivienda.

A pesar de que los temas políticos no fueron el enfoque central de este noticiero, como se ve en el ejemplo arriba citado, se puede leer a través de la tabla 47 que la presidenta argentina tuvo más que el doble de noticias periodísticas en relación al socialista, Hermes Binner del partido FAP – Frente Amplio Progresista. La visibilidad de Cristina en este informativo es clara, cuando comparamos el porcentual total, es decir, que la candidata alcanzó casi 70%, es decir, casi 40% más que Binner. En estas inserciones, no llevamos todavía en cuenta las noticias en vivo, solamente las noticias cubiertas por imágenes, reportajes o entrevistas. Observando el tiempo de materias, se ve que Binner tiene una hora menos que la candidata de la FPV – Frente para la Victoria.

---

<sup>167</sup> Véase: *TN - Medios y poder político*, programa: A dos voces con Jorge Lanata, 12.10.2011 y *TN - Metro*, programa: el Estado que viene con Eduardo Alverti 14.10.2011 y *C5N – Política en Vivo* con Julio Barbaro.

**Tabla 47: Número y Tiempo de Noticias por Candidatos**

<b>Candidatos</b>	<b>Nº de Materias</b>	<b>Porcentual del Total</b>	<b>Tiempo de Materias</b>
<b>Cristina</b>	<b>9</b>	<b>69,23%</b>	<b>72min. 53seg.</b>
<b>Binner</b>	<b>4</b>	<b>30,76%</b>	<b>11min. 12seg.</b>
<b>Total de Noticias</b>	<b>13</b>		

#### **14.10.2011**

El noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* salió al aire en el día 14.10.2011, igual como todos los días, con sus portadas impactantes y siempre trayendo lo que los editores juzgaron de más importante en el día. El informativo también tuvo 60 minutos y fue formado por tres bloques. La primera portada, se trató de la polémica sobre el tribunal de Artiz,

**Reportero:** Polémica en el tribunal de Artiz. Él afirma que el tribunal fue formado para juzgar sus actos, pero juzgar los últimos años de dictadura es una persecución política. Delante el tribunal Artiz lee que:

**Artiz:** El acto de justicia que busca la corte es un acto de persecución y no de justicia.

Este bloque contó con 1 minuto y 20 segundos, es decir, ocupó el primer-bloque completo.

El segundo bloque trató de las elecciones nacionales y tuvo una duración de 51 minutos y 34 segundos. La portada que abrió el segundo bloque trató de una pregunta, como: **Elecciones 2011**. Bien, a nueve días ¿no? ¿Qué clima hay en las calles? No parece ¿no? De acuerdo con el cronista, Reynaldo Sietecase, no parece por el hecho de que el escenario político dejado en las primarias (14.8.2011)<sup>168</sup> puede repetirse y esto ha

<sup>168</sup> En las elecciones primarias votó casi 78%. De acuerdo con periodistas y expertos en política nacional, la presidenta dio un gran paso hacia su reelección. CFK ganó en todo el país, menos en la provincia de San Luis. Cristina Kirchner 50,03%, Ricardo Alfonsín 12,19%, Eduardo Duhalde 12,18%, Hermes Binner 10,35%. (*CLARÍN*, 15.8.2011).

quitado un poco el entusiasmo de los votantes de salir a la calle. Después, el bloque siguió con el día a día de los candidatos, donde fue mostrado, discursos políticos, críticas al gobierno por parte de los adversarios, cuestionamientos sobre el plan de gobierno y el resultado de las primarias ocurridas en el día 14 de agosto del mismo año.

**Reportero:** Los candidatos a nueve días de las elecciones entraron en la recta final para el día 23 de octubre. La presidenta Cristina Kirchner suspendió sus actividades de hoy por motivo de fallecimiento de la pareja de su cuñada.

**Reportero:** Binner calificó el gobierno de populista y de siempre acudir a regalitos. El candidato aseguró que él es el opositor que más ha crecido en las encuestas.

**Binner:** En cinco semanas de campañas logramos recaudar 2 millones de votos, estamos hablando de un sector de la sociedad que no tenía identificación política y hoy la tiene.

**Reportero:** Chiche Duhalde con actividades separadas acompañó a su esposo en un debate con católicos y evangélicos que pretenden votar en candidatos que sean contrarios la ley del aborto.

**Duhalde:** No hay crimen electoral. Estamos aquí para saber lo que necesita el pueblo. Siempre tenemos que hacer lo que piensa la gente.

**Reportero:** Ricardo Alfonsín recorre hospitales en la provincia de Formosa. En respuesta al equipo de reportaje, él afirma que Cristina Fernández dice que puede ganar las elecciones en la primera vuelta, pero que él no le cree nada.

**Reportero:** Alberto Rodrigo Saá directamente del helicóptero sobrevoló las áreas aledañas y áreas con gran concentración de Villas (Favelas).

**Rodrigo Saá:** Nunca habrá paz en Argentina, mientras tanta gente viva debajo de la línea de la miseria, gente sin agua potable, gente...

**Reportero:** Elisa Carrió se reunió con diputados en la ciudad de Córdoba y habló a sus seguidores pidiendo que enfatizaran la importancia de la oposición en tener una banca en el congreso.

**Carrió:** Los candidatos dicen tener siempre más votos o menos votos, pero al tratar los planes de gobierno o proyectos para mejorar la situación de la población, no se escucha nada serio. Yo no estoy más divina porque tengo que salir a debatir política con algunos mediocres.

Aún cuando las noticias no están hablando directamente de Cristina, se observa que se habla sobre Cristina poniéndole en una posición superior a los otros candidatos, como también sobre el miedo de los otros adversarios en concurrir contra la reelección de la presidenta.

El tercer bloque fue compuesto de una noticia sobre vandalismo en la ciudad de Buenos Aires, donde se mostró en gráficos que el acto de destruir, costó al gobierno el año anterior (2010) 12 millones de pesos y que con este dinero se podrían haber construido un mínimo de 6 plazas. Este bloque terminó con 3 minutos y 12 segundos.

### **18.10.2011**

En las dos penúltimas semanas que antecedieron las elecciones nacionales con excepción del día 14.10, no se veían reportajes, entrevistas o noticias cubiertas con connotación negativas que presentaban el nombre o relacionaban los candidatos. La única noticia negativa fue al aire en el noticiero del día, 18.10.2011, es decir, en la última semana de campaña, cuando el informativo pasó a publicar algunas noticias sobre política, acompañada del cuadro del día a día de los candidatos. El informativo publicó una noticia negativa contra el candidato, Binner por su posicionamiento político y su crecimiento en las encuestas.

**Reportero:** De acuerdo con los institutos de sondeos y encuestas, la presidenta vencerá las elecciones nacionales todavía en la primera vuelta. Aun así, el candidato del Frente Amplio Progresista. Hermes Binner por encontrarse en la

segunda posición en las encuestas busca ser opositor al gobierno.

**Comentarista:** El candidato de la FAP debería antes de perder tiempo en criticar el gobierno, resolver sus problemas con la candidata, Elisa Carrió, ya que afirma que había una forma de aval por la reelección de Cristina. Asunto que hasta el momento Binner no ha podido rebatir. Y además para su reelección, Cristina puede todavía contar con apoyo de empresas privadas.

La tabla 48 observó las materias periodísticas, donde se contabilizó el número y el tiempo del discurso de los candidatos.

**Tabla 48: Número y Tiempo del Discurso por Candidatos**

<b>Candidato</b>	<b>Materias</b>	<b>Discursos</b>	<b>% del número en las materias por candidato</b>	<b>Tiempo de los discursos</b>	<b>% tiempo total del discurso.</b>
<b>Cristina</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>66</b>	<b>13m 18s</b>	<b>78,4</b>
<b>Binner</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>50</b>	<b>3m39s</b>	<b>21,6</b>
<b>Total</b>	<b>13</b>			<b>16m 57s</b>	

En esta tabla también se puede confirmar el grado de visibilidad de la candidata a reelección, Cristina Kirchner, a través de la cantidad de discursos. El noticiero *Telefe Noticias a las 20h* ha concedido a Cristina en el periodo de una semana, la posibilidad de hablar 6 veces durante el informativo. Por parte de Binner fueron apenas 2. Observando la columna, tiempo de los discursos en relación a la columna tiempo total del discurso en porcentaje se puede ver un total desequilibrio entre los candidatos. Del total de 16 minutos y 57 segundos la candidata a reelección tuvo 78,4% y el segundo candidato se quedó con 21,6%. Por final, Cristina discursó en 6, llegando a alcanzar 66% del total, al contrario de Binner que durante el mismo periodo tuvo apenas 2 discursos llegando con 50%.

**Tabla 49: Evaluación de las Noticias por candidatos**

Candidatos	Evaluación de las Materias Periodísticas					
	Positiva		Negativa		Neutra	
<b>Cristina</b>	<b>7</b>	<b>77%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>2</b>	<b>22%</b>
<b>Binner</b>	<b>2</b>	<b>50%</b>	<b>1</b>	<b>25%</b>	<b>1</b>	<b>25%</b>

Cristina por estar concurriendo a la reelección, puede sumar con algunos medios de comunicación y con la máquina del gobierno, también si puede afirmar que ella tuvo un periodo muy tranquilo. De las 9 materias, apenas 2 fueron neutras y ninguna negativa, es decir, 7 fueron positivas. Por otro lado, su adversario teniendo 4 noticias, apenas 2 fueron positivas y las otras 2 se dividieron entre negativas y neutras. La misma construcción desfavorable del *Jornal Nacional* en relación a Dilma en Brasil se puede ver en el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* en relación a Binner en Argentina. Esta unilateralidad se muestra muy evidente en la interpretación de los resultados exhibidos en la tabla anterior.

En el periodo electoral tratándose de una noticia política, no se observa un cambio de postura en relación a los conductores. El lenguaje utilizado por ellos es el mismo, es decir, coloquial, policial, bajo nivel semántico, hasta algunas veces vulgar. En el periodo que corresponde a la fase caliente de las elecciones hubo varias manifestaciones populares en la ciudad de Buenos Aires. Estas fueron registradas por otros medios de comunicación, como fue el caso de: Argentinos se oponen a un conflicto bélico contra los uruguayos (12.10), manifestación por la ley de medios (15.10), asesinato de un estudiante por la fuerza del gobierno (17.10), pero ninguna de estas informaciones fueron al aire en el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*. Según, el periodista, Juan Caicedo<sup>169</sup> del periódico, *Página 12*, algunos medios de comunicación en Argentina tiene el deber de blindar el gobierno.

#### **19.10.11**

El noticiero del día 19.10 salió con su estilo habitual. El informativo contaba con 4 portadas. La primera trataba sobre una niña que a los 4 años de edad a la cual,

---

<sup>169</sup> Entrevistado en el día: 27.9.2011, Buenos Aires.

ensañaron a robar. El asalto sucedió en la provincia de Santa Fé, en el barrio de Caballito. En este reportaje, se veía el discurso de la policía, la vendedora de la tienda, psicólogos de niños y adolescentes, abogados, criminalistas y familias que tenían niños en la misma edad.

En el noticiero, los conductores, Rodolfo Barilli y Cristina Pérez discutían con el comentarista, Javier Díaz, ¿quién tiene la culpa en este tipo de crimen? ¿Como está encuadrado este tipo de crimen en el código penal? La noticia traía imágenes en vivo de la tienda, donde el reportero, Juan Pablo, juntamente con la policía busca a la familia de la niña. En el momento de la noticia en vivo, la pantalla sí divide al medio mostrando el acto de la policía y los comentarios en el estudio del noticiero. En medio a tantos discursos, surge una pregunta del comentarista a un juez.

**Comentarista:** ¿De qué forma puede el Estado condenar una forma de crimen como éste?

**Conductor:** ¿Hoy la justicia argentina está preparada para proteger a estos pibes?

**Juez:** En este caso, la madre puede perder la tenencia de la nena. Para este tipo de delito, la pena puede ser de 1 mes a 1 año para la madre y como está envuelta una niña, la pena aumenta hasta 2 años.

Este reportaje tuvo una duración de 20 minutos y 27 segundos. La segunda portada trataba de las elecciones 2011 con el título: La cuenta regresiva. Este reportaje fue puesto al aire en el segundo bloque que también fue formado por el día a día de los candidatos a presidencia. El segundo bloque fue una mezcla de comentarios y discusiones entre el comentarista y los conductores y noticias cubiertas. Los conductores abren el bloque refiriéndose a la pregunta del noticiero del día 14.10, sobre las primarias.

**Conductor:** En las primarias se hablaba demasiado de una segunda vuelta, pero nadie está teniendo la posibilidad de una segunda vuelta y eso ya le quita un poco de emoción a la campaña. ¿Lo que viene para el domingo próximo?

**Comentarista:** ¡Lo que viene para el domingo próximo! No queda nada, si a vos te queda pensar lo que va a hacer Cristina Fernández Kirchner. La nena tuvo que suspender sus actividades por la muerte de su cuñado, la idea de la presidenta es seguir con los actos, bajar los perfiles de los ministros. CFK es la única que habla. Las cosas están bien, el apoyo está bien. Ella ahora va a aprovechar los votos obtenidos en 14 de agosto. Ella tiene que aprovechar de las empresas privadas, ¿en que aspecto? No se puede recibir ayuda de empresas públicas, pero puede tener apoyo de empresas privadas y esto ella puede hacerlo muy bien y seguro que se va utilizar.

**Conductor:** Que está haciendo Hermes Binner?

**Comentarista:** Por su posicionamiento político, él ahora tiene que buscar una buena base en el congreso para hacer frente a Cristina, porque si no, se quedará aislado en la oposición.

**Conductor:** Elisa Carrió ¿qué está haciendo también?

**Comentarista:** Carrió ya analiza su retiro. Ya dice que piensa en servir más a la provincia de Buenos Aires o a Corrientes. Actualmente pide voto a sus electores para su compañero de chapa. Mira que Elisa Carrió tiene más micrófono que votos y eso parece que se repite.

**Conductor:** ¿Qué pasa por lado de los peronistas?

**Comentarista:** Alberto Rodríguez Saá tiene una propuesta muy clara, es decir, tratar de superar a Duhalde pensando en lo que viene después de las elecciones.

**Conductor:** ¿Quién queda mejor posicionado en el peronismo federal?

**Comentarista:** El domingo va haber varias disputas y no solamente para saber quien será el presidente de los argentinos. Eduardo Duhalde por su parte, lamentando pierde votos, ese hombre que ha perdido de acuerdo con las encuestas un mayor

terreno desde agosto, está tratando que las cosas pase de una vez y viendo si sigue habilitado para la política.

**Conductor:** Hay que hacer una mención a la izquierda, aunque sea breve. ¿Por qué? Porque el candidato de la izquierda puede superar a Elisa Carrió y hasta poner un legislador en su banca en el congreso.

**Comentarista:** No sería mucha sorpresa, sólo con Ricardo Alfonsín que va subir un poco el tono, tratando de recuperar terreno. Ustedes van ver en estos últimos días de campaña hablando directamente a la presidenta, entre otras cosas le dice que no cree en absolutamente nada. Vamos a ver si esa pelea confrontativa le va a dar algún crédito.

En el segundo bloque se observa no solamente el contenido periodístico, sino también el lenguaje utilizado por los conductores y el comentarista, mostrando siempre un aire de neutralidad para los otros candidatos y el tono positivo para Cristina Kirchner. El tono de intimidad con los presidenciables es común. Las noticias cubiertas usadas por el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* se intercalan con los comentarios y es conocida en los medios de comunicación argentino como, noticia color que según, Ernesto Martinchuk y Diego Mietta (2007: 21)

El color en la noticia televisiva es descripción, es una clase de composición o escena del cuadro que el cronista desea crear para el desarrollo de la acción. El objetivo del color en la noticia es transportar al televidente a la escena del suceso, ofreciéndole los estimulantes sensoriales que hubiera percibido de haber estado en el lugar de los hechos.

Este bloque fue concluido en 32 minutos y 12 segundos.

El tercer y cuarto bloque sumando 4 minutos y 21 segundos fueron compuestos por noticias frías sobre deporte, meteorología, internacional y el comentario de un show al aire libre, de la banda Illya Kuryaki en Puerto Madero.

**20.10.2011**

En el penúltimo día de análisis, el tema sobre las elecciones nacionales argentinas 2011 tuvo que concurrir con tres temas de interés humano, puntos clave del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*. El primero fue el descubrimiento del asesino de Candela, caso ya tratado en el punto 2.2 de esta investigación. El otro tema importante tuvo repercusión internacional, se trataba de la muerte del dictador libio, Muamar el Gadafi. Y, por último, era la conmemoración de un año del horror en las minas de carbón en Chile. El noticiero fue al aire como de costumbre, con 4 portadas, el diferencial fue que la primera, trató de política y tuvo la duración de 25 minutos. En este bloque el noticiero ha hecho una mezcla entre noticias, comentarios y *spot* publicitario. El reportaje tenía el título: Campaña – una cuestión de imagen. Era una forma de presentación de los propios presidenciables.

Por el tamaño de las noticias y el formato dado a la información sobre las elecciones nacionales 2011, el estudio del *telefe Noticias a las 20h* a través de sus conductores y comentaristas va al aire explicando los puntos más importante que marcaron el periodo de campaña política.

**Conductor:** ¡Una alternativa solidaria!

**Conductor:** Absolutamente inédita desde el retorno de la democracia, nunca vi una elección presidencial con tan bajo nivel de interés.

**Comentarista:** Nosotros especialistas, analizaremos las campañas de los candidatos y sus efectos, mostraremos también los mensajes por tras de los carteles de campaña que intentan mostrar a los candidatos y los cambios después de los resultados de las primarias.

**Conductor:** La metamorfosis de las campañas y de algunos candidatos.

En esta materia periodística los reporteros también explicaron cómo se tornó la coyuntura política nacional después de un año de las elecciones para Buenos Aires,

cuáles fueron los nuevos ajustes estratégicos comunicacionales para las campañas con sus nuevos *spots* y de qué forma ellos invadieron la televisión. Analizando estos puntos y los números expuestos en las tablas llegamos a la conclusión de que la emisora de televisión, Telefe con su noticiero, *Telefe Noticias a las 20h* fue favorable a la reelección de Cristina Kirchner.

También en esta materia, el comentarista Javier Díaz haciendo alusión a las redes sociales explica que hoy, el tiempo es otro. “Antiguamente las campañas se decidían en las calles, los debates televisivos eran una cosa importante, ahora se vive algo distinto de todo.” (*Telefe Noticias a las 20h*. 20.10.2011). El comentarista también habló sobre la falta de interés de la población por la política. “La última encuesta mostró que entre 70 a 75% de las personas no tienen nada o muy poco gusto por las políticas presidenciales”. En relación a los avisos publicitarios la consultora, Analía del Franco, explica que los hechos, preparados para las elecciones nacionales del día 23 de octubre buscan romper la diferencia con los de las primarias, aun con *est*á marcando terreno y afectando directamente los *spots* para las nacionales. “Este tipo de reconocimiento hay que hacer, no es que el candidato o la candidata *est*á aludiendo a la encuesta del día 14.8.2011, ellos *est*án aludiendo a un resultado” (DEL FRANCO, *Telefe Noticias a las 20h*: 20.10.2011).

Los comentarios de esta noticia, *est*aban cubiertos por un *Spot* del Partido Frente para la Victoria, donde el mensaje era: Bienvenido a una Argentina diferente, más democrática, más plural. Fuerza Argentina y donde mostraba Cristina Kirchner juntamente con la juventud. Y al final, la noticia terminaba con el cartel de abajo.

## Cristina 2011: Fuerza Argentina I



**Figura 15:** Cartel en el centro de Buenos Aires.

Este punto positivo para la candidata a la reelección muestra claramente a qué lado se encontraba la Red de Televisión Telefe y su noticiero en las elecciones nacionales de 2011. Las otras noticias fueron puestas, como una forma de rellenar la parrilla de programación del informativo. En relación a la materia política, la sensación que se tenía era que la propuesta inicial de este noticiero solo terminaría en el último día de campaña, como en realidad fue hecho.

### **21.10.2011**

El noticiero del último día de campaña empezó entre risas y discusión en el estudio del *Telefe Noticias a las 20h*. Entre el anuncio de las portadas, una forma de diversión reinaba en el aire. La primera noticia hablaba sobre la forma de la muerte del dictador, Muamar el Gadafi con una pistola de oro. Otro enfoque de la noticia era sobre los 40 años, que él había pasado en el poder. La continuación del primer bloque del día anterior, vino en el segundo bloque. Fue una forma de complementación, donde se habló sobre los *spot* de los candidatos y los comentarios.

La penúltima noticia también fue sobre política gubernamental, hacia la Ciudad de Buenos Aires. La noticia trataba sobre accidentes de tránsito con ciclistas y motociclistas, el enfoque de la noticia era que el gobierno de Buenos Aires, Mauricio

Macri<sup>170</sup> debería implantar programas para evitar estos tipos de accidentes. Esta materia periodística trajo testimonio del ministro de la justicia, Guillermo Montenegro, de varios ciclistas y del ingeniero de tránsito, Eduardo Sorano para mostrar la falta de estructura de la ciudad. La intención de la noticia era mostrar el punto negativo del gobierno de Buenos Aires, adversario de la presidente. La última noticia, además de la meteorología fue marcada por una gala exclusiva con el cantante, Rod Stewart, donde la entrada costaba entre 3 y 5 mil pesos argentinos.

Como evidenciado en el párrafo anterior, el segundo bloque fue el complemento del noticiero del día 20.10. El bloque fue compuesto por *Off* de reporteros, conductores o comentaristas, conjuntamente con el *Spot* de los candidatos. En estos VTs, se observa claramente el trabajo de los editores, de los compaginadores, de imágenes y sonidos, con técnicas de entrevistas. En algunos casos la claridad del texto o de las imágenes está comprometida por el interés de los profesionales de la comunicación.

El reportaje que tenía por título, Campaña – una cuestión de imagen, salió con un *off* del conductor, afirmando que el oficialismo no mostró cambio en su estrategia, siempre ha mostrado a la presidenta asociada a la palabra fuerza, y esto ha permanecido inalterable. En este momento surgen los carteles de abajo:

**Figuras: 16: Fuerza Cristina**



Para todos los candidatos que disputaban la presidencia la regla seguía la misma estructura, es decir, *off*, *spot* y comentarios. El próximo candidato presentado en el noticiero fue, Ricardo Alfonsín y su vice Francisco Novaes, de acuerdo con el reportero,

---

<sup>170</sup>El jefe de gobierno porteño, Mauricio Macri logró la reelección por casi 29 puntos y derrotó al kirchnerismo. (*Clarín*, 1 Agosto de 2011).

se mostró a los dos unidos antes del 14.08 (en este momento aparecen imágenes de comicios con los dos candidatos).

**Reportero:** Ahora Alfonsín envía un mensaje, y reconoce la coyuntura electoral.

**Spot, Ricardo Alfonsín:** Soy Ricardo Alfonsín y quería hablar a Cristina. Posiblemente ustedes van a ganar las próximas elecciones, pero con todo respeto, siento necesidad de decirle algo: ¡no le creo nada!

Con esta estructura informativa, el noticiero siguió casi todo su segundo bloque, presentando uno por uno a los candidatos a la presidencia.

A los 45 minutos del noticiero, se abrió la discusión en el estudio entre los reporteros, conductores y el comentarista. “Rodolfo, vamos a empezar a ambientar el estudio para el domingo.” (SIETECASE, *Telefe Noticias a las 20h*: 21.10.2011).

**Comentarista:** Está claro que estas elecciones son las más emocionantes de la historia Argentina y yo le digo por qué. Porque todas las encuestas nos muestran que va haber un margen muy largo entre la presidenta de la nación y los otros candidatos. Esto es un dato. ¡Un dato que nadie contradice! Porque en las elecciones del domingo no están solamente en juego qué pasa o qué no pasa y sí porque se vota en 9 provincias para gobernador, pero esto no es tan importante. Los porcentajes tienen importancia, porque la presidenta va a encarar como dicen los sondeos, un período complicado en la economía. El porcentaje que gane la presidenta es muy relevante para cambiar las cosas. **Primero**, la mayoría parlamentaria, si tiene una presencia en el congreso es muy importante. El oficialismo juega muchos legisladores y por eso, un buen porcentaje de votos puede que le permita tener un pie en ambas cámaras. **Segundo**, también marca relación con el sindicalismo. ¡Atención con esto! Este lunes pasado hubo un hecho muy

importante. Un 17 de agosto en la CGT sin presencia oficial, o sea, la relación con Moyano está difícil, pero con un buen respaldo popular puede que la presidenta entable esta relación de una manera distinta. **Tercero**, y también puede plantarse ante los propios gobernadores del partido justicialista que quieren ser reelectos gobernadores en 2015 y no son pocos. Un buen porcentaje de votos los dejan en caja a todos, hasta un nuevo aviso. ¡Ustedes saben! Yo no soy de decir, pero en el peronismo no hay lugar en el mismo gallinero. En este caso habría que cambiar de género algunos animalitos.

**Conductor:** En el domingo, también se va a jugar la supervivencia de muchos candidatos. Hay algunos candidatos que si no tiene un buen porcentaje de votos pueden dejar la política.

En el final de la presentación, los conductores agradecen y explican que en el domingo van a estar todos acompañando las elecciones desde los estudios de la Telefe.

Analizando las tres semanas en el noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*, no se observa en el tema, sobre las elecciones nacionales Argentina 2011 un grado de discusión sobre asuntos polémicos o de escándalos políticos. La investigación a través de las evaluaciones de las noticias, discursos y comentarios apunta que la cobertura periodística tuvo su postura a favor de Cristina Kirchner o al menos de blindar la presidenta de comentarios negativos. En las dos primeras semanas de análisis (3.10 a 14.10) apenas en el último día de la segunda semana se ve un reportaje hablando sobre el clima en las calles y el día a día de los candidatos.

A partir del día 18.10, el noticiero confirma con claridad su posicionamiento político en relación a la presidenta. También fue este día que fue al aire la única noticia negativa contra Binner. En los tres últimos días de análisis, el noticiero se transformó descaradamente en una plataforma publicitaria para el partido político, Frente para la

Victoria. Esta unilateralidad del noticiero puede ser confirmada en el último comentario del cronista, Reinaldo Sietecase.

**Tabla 50: Análisis I de la Agenda Periodística del *Telefe Noticias a las 20h* (3.10.2011 a 21.10.2011)**

	<b>Categorías – Temas</b>	<b>Componentes –Subtemas</b>
<b>Noticiero Telefe Noticias a las 20 h</b>	<b>Social</b>	Jubilados; problemas barriales; despidos; criminalidad; violencia; asesinatos; Tribunal de Astiz; Vandalismo en Buenos Aires; Niña a los 4 años de edad le ensañaron a robar; Asalto en la provincia de Santa Fe; Descubrimiento del asesino de Candela; Una alternativa solidaria; Respecto a normas de tránsito; Corte y caos en autopistas entre Buenos Aires y Aeropuerto; Ocupación ilegales en las peatonales, conflicto crónico y difícil de resolver; Emigrantes ilegales invaden el microcentro de Buenos Aires; ambulantes contra comerciantes; Mercado chino cerrado por irregularidad; El viejo truco de no entender; Las alergias de la estación primavera; Trabajo en negro; Calle Guardia Nacional: una calle marcada por la inseguridad; Virus preparados para robar informaciones bancarias; La ventanita del Paco; Narcos detenidos en edificio; Parquímetros, guías y polémicas; Polémicas de las escuelas; Los delincuentes roban centenas de apartamentos en Palermo; El viejo truco de las ambulancias;
	<b>Política</b>	La importancia de las elecciones presidenciales; Accidente de tránsito; Análisis de las encuestas; Nunca habrá paz en Argentina, mientras tanta gente viva debajo de la línea de la miseria; Campaña: una cuestión de imagen; Cristina inaugura el centro tecnológico de Palermo; Cristina amenaza con corte de vuelo a las Malvinas; En 6 municipios habrá votos electrónicos para extranjeros;
	<b>Economía</b>	Sube el precio de mercaderías básicas; Los extranjeros Africanos invaden las veredas de Buenos Aires; Acto de vandalismo cuesta 12 millones de pesos a la ciudad de Buenos Aires; 2012 hubo un aumento de 1600% en el aumento de números de viviendas en Buenos Aires; Argentina no está aislada de la crisis; El valor del dólar y euro; Precios aumentan en el Día de las Madres; Ferias saladitas recaudan más de 4,5 millones de pesos por día; Polémica en la Diagonal;

<b>Deporte</b>	Eliminatorias, Argentina contra Venezuela; Mundial de Rugby; Los Pumas de regreso a Argentina; Campeonato argentino; Argentina contra Chile por las eliminatorias; Llega los jugadores chilenos en Argentina; Llegada de los jugadores argentinos; Entrevista con el entrenador de Racing; Violencia en los estadios de fútbol; Pumas pierden contra Nueva Zelanda; Argentina contra Venezuela; Argentina busca la clasificación para Brasil 2014; Messi explica la derrota; Juego en Guadalajara – México; Boca sigue adelante; Boca la maldición de los 9; Verón se despide a fin de año;
<b>Entretenimiento</b>	Show Justin Biber; Show con la banda, Illa Kuryaki en Puerto Madero; Juan se presentará en La Plata; Cine una comedia con todas las estrellas; Película argentina compite por el Oscar; Qué harías con 3 millones de pesos?; Sala de Rock en Buenos Aires; Gritos y locuras de fans y padres; Clip del Mundial de África del Sur; Nuevo clip de la banda Tom Biónica; Lady Gaga canta con María Moro; Puerto Rico – con Shakira; Glee – la película en 3D movie; Show de Roger Woter; Diego Torres y el grand Rock; Telefé presenta el cantante británico; Rod Stewart;
<b>Intereses humanos</b>	Pirata vip del asfalto – cómo operaba una cadena de ladrones, La ama de casa va al mercado y no puede comprar por falta de plata; Hermano de baleado afirma que su hermano puede quedarse parapléjico; Andinista mendocino sufrió un infarto; mujer violada, secuestrada y agredida por su propia pareja; Señora denuncia al marido; Crimen de mafia china actúa en Mar del Plata; Cumpleaños Feliz; Nació Antonia, hija de Macri, gobernador de Buenos Aires; Nenas que roban: ¿quién tiene la culpa?; ¿De qué forma puede el Estado condenar una forma de crimen como este? ¿Hoy la justicia Argentina está preparada para proteger a estos pibes? Aniversario de un año del horror en las minas chilena de carbón; Recuperaron a la Bebé; La ladrona era una falsa enfermera; 820 días en cárcel por error de la justicia; Secuestro de familia en las calles de Buenos Aires; Brutal pelea entre Bandas en la ciudad de los Hornos; El rescate de un animalito de un hueco; Hombre andaba desnudo por el apartamento; Medica es atacada por un adolescente con un revolver de pólvora; Banda de pedófilos con materiales pirateados; 11 personas son liberadas por no haber una ley específica para el crimen; El adiós a un

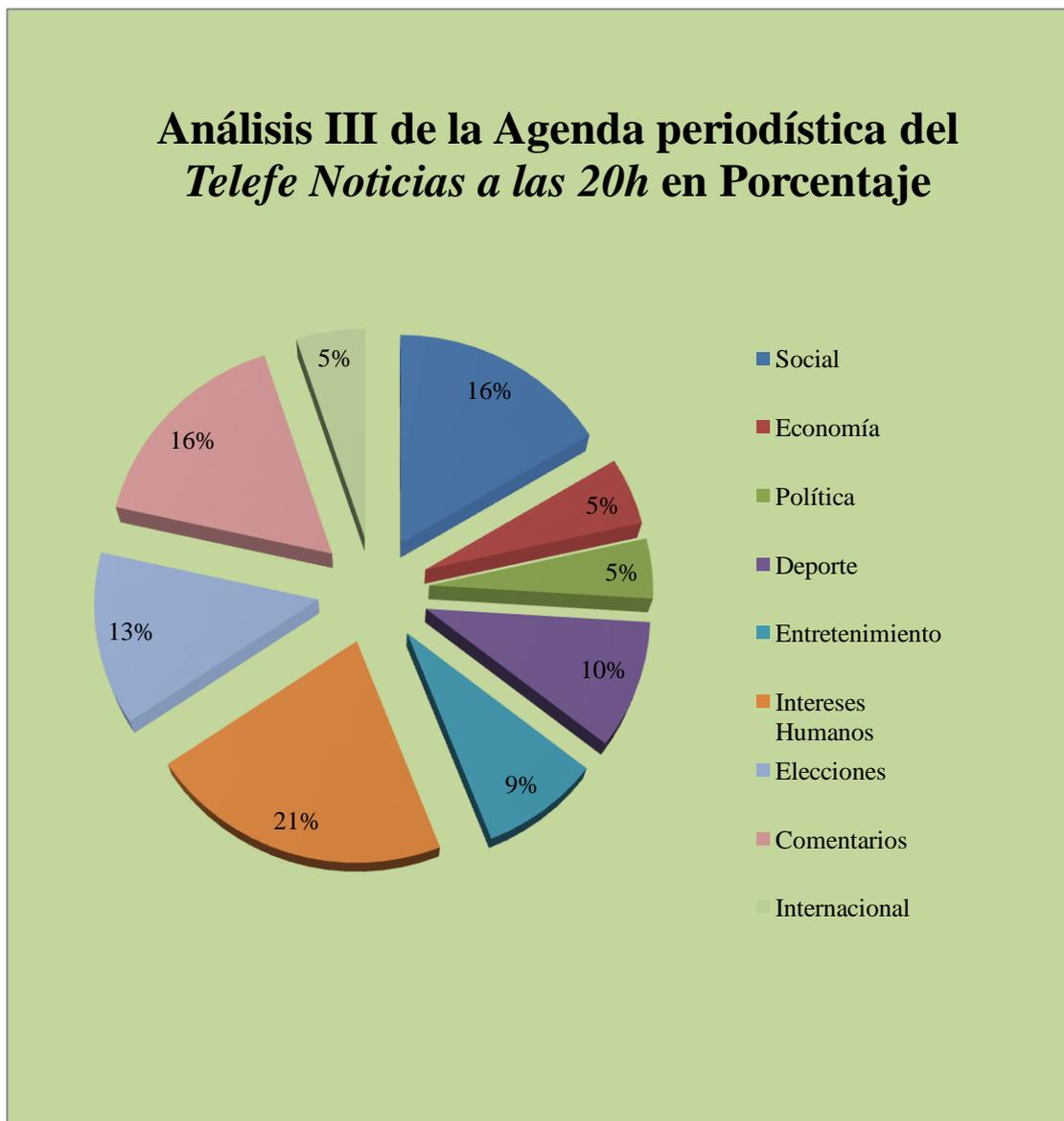
		genio; Caso Pia; La historia del ladrón aburrido; En Inglaterra quemaron la camiseta de Carlos Teves; Encarcelamiento de Sobrero; Sobrero se declaró inocente; Drama en el maratón; Ataque de la viudas negras; Amenazaron con torturas; Drama argentino en el Himalaya; Tucumán: Señora denuncia el marido por mal trato; Vivir con una bala en la cabeza; Fuego, muerte y misterio; Murió durante una liposucción; La cenicienta: cientos de vuelos cancelados;
	<b>Elecciones</b>	¿Hay clima en las calles? No parece ¿no?; Día a día de los candidatos; La presidenta puede ganar las elecciones todavía en la primera vuelta; posicionamiento de Binner; Críticas al candidato del partido FAP; Resultado de encuestas; Campaña –una cuestión de imagen; Elecciones 2011: ¿Hay clima en las calles? No parece ¿no? Día el día de los candidatos; Discursos políticos; Críticas al gobierno; Cuestionamientos sobre el plan de gobierno; Binner calificó al gobierno de populista y de siempre acudir a regalitos; En 5 días de campaña logramos recaudar 2 millones de votos; Chiche Duhalde con actividades separadas acompañó a su esposo; Ricardo Alfonsín recorre hospitales en la provincia de Formosa; Alberto Rodrigo Saá directamente del helicóptero sobrevoló las áreas aledañas; Elisa Carrió se reunió con diputados en la ciudad de Córdoba; De acuerdo con los institutos de sondeos y encuestas la presidenta vencerá las elecciones nacionales todavía en la primera vuelta; ¡La cuenta regresiva!;
	<b>Comentarios</b>	Las cosas están bien, el apoyo está bien. Ella ahora va a aprovechar los votos obtenidos en 14 de agosto; Ella tiene que aprovechar las empresas privadas; No se puede tener ayuda de empresas públicas, pero puede tener de las empresas privadas; Esto ella lo puede hacer muy bien y seguro que se va utilizar; Qué está haciendo Hermes Binner; Se hablaba de una segunda vuelta, pero nadie está teniendo en cuenta la posibilidad de una segunda vuelta; Está claro que estas elecciones son las más emocionantes de la historia Argentina , porque todas las encuestas nos muestran que va haber un margen muy amplio entre la presidenta y los otros candidatos; Atención con esto! Este lunes pasado hubo un hecho muy importante. Un 17 de agosto en la CGT sin presencia oficial; La relación con Moyano está difícil, pero con un bueno respaldo popular puede la presidenta entablar esta relación de una manera distinta;

		<p>Candidata del partido FPV puede ganar las elecciones todavía en la primera vuelta; El candidato de la FAP debería antes de perder tiempo en criticar al gobierno, tenía que resolver sus problemas con la candidata, Elisa Carrió; El caso de la nena, la madre puede perder la tenencia; ¿Qué es lo que se viene para el domingo próximo?; No queda nada si vos te quedas a pensar lo que va hacer Cristina Kirchner; ¿Qué está haciendo Hemes Binner? Él ahora tiene que buscar una buena base en el congreso para hacer frente a Cristina; Carrió ya analiza su retiro de la política; Alberto Saá tiene una propuesta muy clara, es decir, tratar de superar a Duhalde; Próximo domingo va a haber varias disputas y no solamente quien será el presidente de los argentinos; Hay que hacer una mención a la izquierda aunque sea breve; Ustedes van a ver en estos últimos días de campaña a Alfonsín hablando directamente a la presidenta; Absolutamente inédita desde el retorno de la democracia, nunca vi una elección presidencial con tan bajo nivel de interés; ¡Rodolfo vamos empezar a ambientar el estudio para el domingo!; Todas la encuestas nos muestran que va a haber un margen muy amplio entre la presidenta y los otros candidatos; Los porcentajes tienen importancia, porque como dicen los sondeos, la presidenta va a encarar un periodo complicado en la economía; La relación entre el oficialismo y Moyano; Ustedes saben, yo no soy de decir, pero en el peronismo no hay lugar para todos en el mismo gallinero, en este caso había que cambiar de género algunos animalitos;</p>
	<p><b>Internacional</b></p>	<p>Muerte de Muamar el Gadafi; Muerte de Steve Jobs; El paro contra los manifestantes en Grecia; Tabaré Vázquez y la crónica de la papelera; Estados Unidos acusa a Irán de intentar montar bombas nucleares; Embajador de Arabia Saudita apoya a Cristina contra la lucha con Inglaterra; Reclamaciones de 45 millones de usuarios de lo Black Berry; Región de Atacama en Chile; Chile después del Tsunami;</p>

**Tabla 51: Análisis II de la Agenda Periodística del *Telefe Noticias a las 20h* (3.10.2011 a 21.10.2011) en Números.**

	<b>Categorías</b>	<b>Componentes</b>
<b>1</b>	Social	<b>29</b>
<b>2</b>	Economía	<b>9</b>
<b>3</b>	Política	<b>8</b>
<b>4</b>	Deporte	<b>17</b>
<b>5</b>	Entretenimiento	<b>15</b>
<b>6</b>	Intereses Humanos	<b>38</b>
<b>7</b>	Elecciones	<b>23</b>
<b>8</b>	Comentarios	<b>29</b>
<b>9</b>	Internacional	<b>9</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>177</b>

**Gráfico 13: Análisis III de la Agenda Periodística del *Telefe Noticias a las 20h* (3.10.2011 a 21.10.2011) en Porcentaje.**



Buscando presentar un análisis más detallado de la agenda periodística del informativo, *Telefe Noticias a las 20h* se ha hecho necesario la formulación de tablas y gráficos para una mejor visualización de los temas y componentes formadores de esta agenda. Como ya se ha evidenciado en el apartado 5.4 y 5.5, la intención de este noticiero es hacia las noticias que traen una preocupación social y de interés humano.

Observando las tablas 50, 51 y el gráfico de número 13, se puede confirmar que durante el período analizado el apartado, intereses humanos ha añadido el mayor número de componentes, contabilizando 38 al total y representando 21% de la agenda. En segundo lugar se quedaron las categorías, social y comentarios con 29 componentes y 16%. Por el análisis se tratar del período caliente de las elecciones y por haber sido las primarias en el día 14.8.2011, los temas electorales sólo surgieron a partir del día 14.10.2011 y lograron 23 componentes y una representatividad de 23% en la agenda.

Otra confirmación es en relación a las noticias económicas y políticas que sumando las dos llegaron a 17 componentes y 10% de representatividad. De acuerdo con el apartado, “Presentación de los Datos” las categorías deporte y entretenimiento siempre logran más tiempo en el noticiero que las dos primeras. Estos datos también son confirmados de acuerdo con la tabla 43, donde sumando las dos categorías llegaron a 32 componentes y una representatividad de 19% de la agenda periodística. La fragilidad y la falta del interés de temas políticos, por parte del informativo, también puede ser medido por la cantidad de componentes de la categoría, internacional. Esta categoría, aún llegando a 5% de representatividad, sacó 1 componente más que la de política.

## **5.6. Relectura de las Campañas Electorales 2011 en la Prensa**

Por primera vez en la historia política de la Argentina los ciudadanos fueron obligados a elegir a los candidatos con que cada partido político o alianza ha podido presentarse en las elecciones nacionales de 2011. En el día 14 de agosto del mismo año los argentinos eligieron también una lista de precandidatos para los siguientes cargos electivos nacionales: presidente y vicepresidente de la nación, en todo el país 130 diputados nacionales, en todas las provincias y la ciudad autónoma de Buenos Aires y también 24 senadores nacionales.

Según el profesor, Miguel Nicoline de la Universidad Nacional de Avellaneda, desde el pronunciamiento del ministro del interior, Florencio Randazzo, en 1.7.2010 en la TV-Pública Argentina sobre las elecciones primarias abiertas, simultáneas y obligatorias, se observó un cambio en las posiciones políticas de los medios de comunicación. Para un mejor entendimiento de este cambio y conocimiento de la posición de los medios en

Argentina, se buscó analizar los dos grandes periódicos argentinos, ‘Clarín’ y ‘La Nación’<sup>171</sup> del día 1.8.2011 hasta el día 15.8.2011, teniendo como objeto de análisis, el cuaderno de política que llevaba el título: **Elecciones 2011**.

### **5.6.1. La Nación**

#### **1.8.2011**

El periódico *La Nación*, con su línea editorial conservadora, trae en su primer-reportaje de portada en el día 1.8.2011, el título: “Macri, aplastante”. La noticia muestra la victoria de la reelección de Mauricio Macri, jefe de gobierno de la capital, con 28,5 puntos de ventaja. La noticia explica que esa victoria endosó al kirchnerismo una derrota en el camino hacia las elecciones presidenciales. En el apartado de política, Elecciones 2011, el reportero, Jaime Rosemberg muestra la clave del éxito de Macri y explica que el jefe de gobierno no apoyará a ningún candidato en las primarias. En la noticia, “Macri arrasó y gobernará hasta 2015”, el reportero abrió su texto con una frase de Macri afirmando que: “No creo en esas visiones de mundo que ven enemigos por todos lados [...] Los enemigos en esta ciudad no pueden ser otros porteños, piensen como piensen.”

En esta misma fecha, el reportero, Nicolas Balinotti explica en su noticia, Ballottage Porteño, que la oposición buscó capitalizar el triunfo de Macri para octubre y que el jefe de gobierno ya piensa en renovar todo su gabinete. En todo el apartado, Elecciones 2011, apenas un pequeño texto hablaba sobre la posición de Cristina en relación a la victoria de Macri. El texto decía que la presidenta lo había llamado para felicitarlo y pensaba en cambiar sus estrategias políticas para enfrentar las primarias.

#### **2.8.2011**

“Macri apoyará a un candidato opositor” este fue el título de apertura de la noticia del día 2.8.2011 El periódico, *La Nación*, trajo una entrevista con Macri hablando sobre temas polémico como: derechos humanos, salud, educación, pobreza, a quién apoyaría en las primarias y su forma de hacer política. De acuerdo con Macri su apoyo irá para el

---

<sup>171</sup> Los periódicos fueron elegidos por motivo de ser los dos grandes periódicos de la Argentina y por tener gran números de lectores.

candidato que mejor ubicado esté en las encuestas y que se diferencie del kirchnerismo. *La Nación* trajo también un texto de opinión dentro del apartado, Elecciones 2011, donde muestra el pensamiento de la presidenta en relación a la victoria de Macri. “El comportamiento de esta mayoría en este acto, está relacionado a una acción política de algunos medios de comunicación”. En el día **3.8.2011**, noticias sobre la victoria de Macri, es decir, la política local, deja de ser el tema principal y pasa a formar parte de los bastidores de la noticia. El tema que salió en la primera página y ocupó una buena parte del apartado analizado fue la construcción del mausoleo para Kirchner. Según el periódico, la obra de arte, tendrá 13 metros de largo por 15 de ancho y 11 de altura. Otra noticia crítica en relación al kirchnerismo fue sobre el aumento de la jubilación como tema de campaña política. De acuerdo con el periódico deberá haber un aumento del 16,82%, aumentando así el déficit gubernamental. En esta noticia, el reportero también muestra el artículo 93 de la ley de reforma política que instaló el sistema de primarias y sus limitaciones.

Quedan prohibidos durante los 15 días anteriores a la fecha fijada para la celebración de las primarias y la elección general la realización de actos inaugurales de obras públicas, el lanzamiento o promoción de planes, proyectos o programas de realizaciones de todo acto de gobierno.” (*LA NACIÓN*, 3.8.2011)

#### **4.8.2011**

El apartado Elección 2011, surgió mostrando el día a día de los candidatos. La materia principal mostraba a Alfonsín y Binner trabajando fuerte por sus candidatos en la ciudad de Córdoba, teniendo en vista que las primarias serían realizadas el día 14 de este mes. En la columna política, “El Escenario”, el cronista mostraba que la desorganización de los opositores podría ser un punto positivo para la presidenta y que el triunfo de Cristina no vendría como la expresión de un amplio consenso, sino de la insolvencia de sus rivales. Una noticia, con el título: “De la Sota suma apoyos kirchneristas”, muestra que varios intendentes ligados a la Casa Rosada anunciaron apoyo a Cristina en actos políticos realizados en la provincia de Córdoba. Una materia negativa para la presidenta hablaba sobre la denuncia judicial hecha por Duhalde junto a la justicia electoral,

El postulante del partido Frente Popular denunció ayer a Cristina Kirchner frente la justicia electoral, a cargo de Maria Servini de Cubria por haber violado la veda que impone el Código Nacional Electoral y haber incumplido sus deberes de funcionaria pública y la ley de ética pública. (LA NACIÓN, 3.8.2011).

La última materia de esta fecha se refería a la dificultad y quejas de los jueces electorales, en controlar la mala organización de los comicios. Los jueces también reclamaron que los presupuestos que hizo el Gobierno para las elecciones de 2011 fueron inferiores a los de 2007.

### **5.8.2011**

El mismo aire de parcialidad observa en las noticias publicadas por este periódico, donde los reporteros buscan seguir una línea editorial opositora al gobierno, sean en textos expresos por los candidatos de oposiciones o por columnas políticas que expresan directamente el pensamiento del cronista y no el pensamiento del diario. En la noticia, “Agitado fin de campaña en Córdoba” se percibe que las frases publicadas por el diario pone un sentido de oposición como: “Somos el cambio que sigue, y lo que sigue es muy bueno”. Otra frase es: “Córdoba tiene la oportunidad histórica de dar vuelta una página en la historia del país y confirmar la ola opositora”. En la columna política, “el pulso político” de Fernando Laborda, el título ya es llamativo: “en busca de la receta para castigar al kirchnerismo.” La última noticia del apartado político de esta fecha fue hablando sobre el cierre de la campaña que preparaba Cristina Kirchner y afirmaba que la campaña electoral resultó tibia y que en muchos momentos Cristina prefirió ejercer su papel de candidata antes que de presidenta.

En el día, **6.8.2011** sigue la “telenovela” cordobesa, pero ahora dentro de un escenario nacional. La noticia mostraba cuál de los dos candidatos a intendente de la provincia de Córdoba estaba a favor del kirchnerismo. La noticia tenía el título: “Córdoba capta la atención nacional”. La reportera, Laura Serra muestra que De la Sota evitaba enfrentar a la prensa para no tener que definirse sobre su relación con la Presidenta, por otro lado,

sus rivales aspiraban a desbancarlo con un discurso marcadamente contrario al Gobierno. Otras noticias que muestran la posición del periódico en relación al oficialismo fueron: “El modelo kirchnerista se está derrumbando” y “Al Gobierno le interesa que no ganemos”. En la última noticia, el reportero, Marcelo Veneranda describe el escenario que divide en dos al kirchnerismo en la ciudad de Quilmes. El texto afirma que en esta ciudad con 26 postulantes al cargo de intendente, 13 están a favor y los restantes en contra de la presidenta.

### **7.8.2011**

Una semana antes de las primarias, *La Nación* hace un juego que tiene por título: la pelea decisiva, entre los candidatos a gobernador, vicegobernador, intendentes y legisladores de la ciudad de Córdoba contra los candidatos a presidente. La noticia deja claro que entre los candidatos cordobeses en los sondeos previos no hubo ninguna polarización clara entre los postulantes. En relación a los presidenciables es muy clara la ventaja de Cristina en las primarias. La disputa presidencial se quedó entre los candidatos que buscaban el segundo lugar. La misma noticia con un tono neutral, no hace referencia a Cristina en ningún momento. La sensación que se tiene es que, si no tenemos nada para hablar, lo mejor es no referenciarla. El día **8.8.2011**, el periódico viene muy frío en relación a política, apenas una materia mostraba los mitos y verdades de las primarias. La noticia explicaba qué son las primarias, quién debe votar, qué pasa si un partido ya eligió a su candidato y si hay cambio para los afiliados partidarios. Otra noticia, explicaba cómo eran las boletas que los votantes tendrían que tener en mano en las primarias. Nada fue referido a las elecciones de Córdoba que ocurrieron el día anterior.

### **9.8.2011**

Dos días después de la victoria del peronista José Manuel De la Sota para gobernador de Córdoba criticó al kirchnerismo, el apartado, elecciones 2011 trae una noticia, con el título: “la estrategia electoral del oficialismo y la oposición.” La reportera, Marina Verón da voces a los opositores del gobierno que se quejaban de falta de boletas en las elecciones de Córdoba. Los intendentes reclamaron que por órdenes oficiosas los *spots* locales no salieron al aire. En la columna política, “El Escenario”, la reportera, Laura

Serra explica cuál era la estrategia De la Sota para vencer el kirchnerismo en Córdoba en el día de las primarias. “Esta decisión de enfrentar al kirchnerismo local en las primarias del domingo implica toda una apuesta de De la Sota, que ya comenzó a esbozar sus ambiciones presidenciales con vista al 2015.” Cuatro días antes de las primarias, **10.8.2011**, el tema político que sobresalía en las páginas del apartado, elecciones 2011, era todavía la victoria de De la Sota en Córdoba. Una llamada de la presidenta, Cristina Kirchner, al elegido intendente de Córdoba es mostrado en la noticia como una aproximación política entre el PJ – Partido Justicialista y el apoyo en las primarias. Todo esto debido la posición del PJ en el legislativo de esta provincia que cuenta con 44 diputados de un total de 70. Otra noticia que intenta demostrar la posición de Cristina en relación a De la Sota fue: “La Casa Rosada apuesta por un gesto de último minuto.” Como afirma el texto de, Mariana Verón, “Aunque poca, la Casa Rosada guarda alguna esperanza de que finalmente el gobernador electo de Córdoba, José Manuel de la Sota, acceda a mostrar un gesto de acercamiento con la presidenta Cristina.”

### **11.8.2011**

En esta fecha el entendimiento que se tiene, es que el editor del apartado, Elección 2011 busca dar visibilidad a algunos candidatos, que tenían poca representatividad mediática. La noticia abrió con una gran foto de Binner, candidato a presidente por el partido FAP en una conversación con el líder sindical de la CGT, Hugo Moyano. La noticia habló de una aproximación entre el líder sindical y el candidato. Una noticia del reportero, Mariano Obarrio, habló del miedo de la presidenta a una fuga de votos por el efecto Córdoba. Como forma de amenizar el temor, en el mismo texto, el reportero trae una frase de De la Sota; “El peronismo de Córdoba tendrá listas de diputados, pero no llevará candidato presidencial.” La última noticia de este apartado trató del apoyo explícito de varios sectores a Cristina Kirchner, incluso el de Ruben Hallú de la Universidad de Buenos Aires. El último día de campaña, **12.8.2011**, el periódico analizado buscó mostrar las relaciones políticas entre los candidatos a presidencia y sus aliados políticos. La noticia principal mostraba a Cristina hablando sobre el efecto de la crisis y ratificando su plan para continuar el modelo económico. La noticia trajo una frase de efecto de la presidenta. “cuenten conmigo para lo que resta hacer en la

Argentina.”. En esta fecha el apartado trajo el cierre de campaña del partido, FAP y enfatizando el tono crítico de Binner hacia el gobierno nacional. El reportero, Gustavo Yabarra señaló en su texto los puntos débiles de la presidenta presentados por Binner como: la inflación, la inseguridad, el uso clientelar de los planes sociales y el déficit de vivienda.

### **13.8.2011**

Cuanto más cerca del día de la votación de las primarias, más tenso se torna la pelea por el segundo lugar. El apartado, **elecciones 2011**, trae dos bloques de textos hablando sobre lo que piensan los candidatos, Alfonsín y Duhalde. El primero contrapuso sus promesas con el actual estilo kirchnerista. El segundo prometía armar un gobierno patriótico de unidad nacional. En un bloque aparte, se mostró Binner con su tono agresivo en relación la forma de campaña producida por el oficialismo. En el apartado, elecciones 2011, también se veía entrevistas con los candidatos que tenían pretensiones de gobernar la provincia de Buenos Aires. El candidato, Rodríguez Saá que poco espacio tenía en el periódico, surgió en una pequeña columna prometiendo construcción de viviendas. Con el título, “10 candidatos y un solo objetivo: la Casa Rosada”; El apartado elecciones 2011, del día, **14.8.2011** muestra que los comicios de esta fecha podría condicionar el plan reeleccionista de Cristina y el de los opositores que ansiaban desbancarla. En esta misma noticia se publicó una pequeña biografía de los candidatos a presidencia con sus respectivas profesiones y edades. El bloque también dejaba claro, quiénes eran sus compañeros de fórmulas. En esta misma fecha también fue publicado cuáles son los documentos habilitantes para votar, quiénes deben votar, qué se vota y la cantidad de votantes. De acuerdo con el texto del reportero, Mariano Obarrio, la presidenta quería superar el 40% y creía que si ella pasaba esa cifra, se aseguraría la reelección. Otra noticia que se refería a la presidenta fue de Jesica Bossi con el título: “La complicada misión de reemplazar a Néstor Kirchner”, la cual mostraba una división del peronismo y un nuevo modelo de gestión. La última noticia se refería a los opositores. El texto explicaba que salir en segundo lugar en las primarias era el gran trofeo que ganaría el opositor. El texto salió en forma de crítica y mostraba a los cinco candidatos de la oposición como: Duhalde, Alfonsín, Binner, Rodríguez Saá y Carrió, decía que todos ellos esperaban emerger como la opción más firme para competir con

Cristina y que el mejor posicionado en las primarias concentraría el voto antikirchnerista y podría así, soñar con el balotaje.

### **15.8.2011**

El primer día después de las primarias el periódico salía repleto de euforia. La materia de primera página ya mostraba un título sugestivo. “Arrasó Cristina Kirchner y quedó a un paso de la reelección”. Muchas de las noticias que formaron el apartado, elecciones 2011, se referirán a la victoria de la presidenta sobre todos los opositores. Algunas de estas noticias volvían a hablar sobre la fuerza espiritual que recibió Cristina de su marido muerto hace dos años, como la columna, El análisis, que tenía el título: “No está él, está ella y no tiene rivales.” En entrevista a la reportera, Mariana Verón, Cristina informó que lo que necesita ahora es la unidad de todos. El apartado, elecciones 2011, también trajo testimonios de los opositores, como Alfonsín, afirmando que no estaba preocupado con el resultado por ser una elección preliminar. Ya Duhalde afirma que con una victoria de Cristina arriba de 50% en las primarias se queda difícil ganar en las elecciones nacionales. Motivos de festejos tuvo también el candidato socialista, Hermes Binner, que de acuerdo con las encuestas, pasó del cuarto lugar para el segundo en las intenciones de votos. Las columnas, ‘Opinión’ y ‘Análisis’ trataron sobre la incapacidad de la oposición y mostraron los errores de los políticos de haber concordado con la reforma política que aprobó la ley de las primarias.

## **5.6.2. Clarín**

### **1.8.2011**

El primer día de análisis, el apartado de política, de *Clarín* fue marcado por una fiesta comandada por el opositor oficialista, Mauricio Macri que derrotó al kirchnerista, Daniel Filmus en el balotaje porteño por 64,25% contra 35,75%. En reportaje de Mariano Thieberger, Macri mejoró 17 puntos respecto a la primera vuelta y el candidato kirchnerista, casi 8. En la noticia fue enfatizado el hecho de que la presidenta llamó al candidato opositor para felicitarlo por el triunfo de la jefatura del Gobierno porteño. La columna, ‘En foco’, afirmaba que la llamada de Cristina para Macri fue una forma de atenuar el impacto político. En otra noticia, fue publicado que la Casa Rosada pasó del respeto al voto a echarle la culpa a los medios por su derrota porteña. “La

interlocución entre los dirigentes políticos y el ciudadano se da a través de los medios de comunicación, con lo que, en casos, el gobierno tiene peleas de intereses, como el Grupo Clarín.” La última noticia de esta fecha muestra el pensamiento de los opositores en relación a Cristina. “Para la oposición, se confirmó que Cristina puede perder en octubre.”

### **2.8.2011**

En el día 2.8.2011, dos grandes materias hablan sobre la relación, “Kirchner y los Medios” abriendo el apartado político. La primera se refería a la TV pública que durante la vitoria de Macri, optaron por dar noticias lejanas, como: Cirque du Soliel, las castas en la India y el apoyo de Lula a Cristina. El reportero explicaba que el triunfo de Macri ocupó pocos espacios en programa, 6,7,8. Ellos hablaron más de temas internacionales y terminaron la edición con apenas una frase, “muy buena la elección de Macri.” La otra noticia tenía el título: “La manía K de culpar a los medios.” La noticia se refería al ministro del interior, Florencio Randazzo de responsabilizar a los medios por la derrota de Filmus. Después de la declaración de Randazzo, el reportero, Ricardo Roa explica que: si hay algo que el Gobierno hace sistemáticamente es eludir a los medios. “No da conferencias de prensa ni reportajes, salvo a los periodistas amigos. Y la presidenta utiliza a granel la cadena nacional.” La última materia muestra el pensamiento de Macri en relación al sistema político de Cristina: “Nunca vi claro que Cristina ganara en primera vuelta” y enfatiza que, para el reelecto jefe de Gobierno el proceso K, está agotado y que así se demostró en la provincia de Santa Fe y Capital. El periódico publica también la advertencia de Macri. “Si la oposición no entusiasma a la gente, puede estirar el ciclo.”

### **3.8.2011**

Miércoles 3.8.2011, *Clarín* reservó gran parte de sus páginas a temas sociales, principalmente el que se refería, al conflicto social en Jujuy por la falta de viviendas. Fue publicado que la toma de tierras se extendía a más pueblos y llegó casi a barrios periféricos de la capital. En relación a temas políticos, apenas dos noticias fueron publicadas en esta fecha: una encuesta que ponía a Duhalde en segunda posición en la ciudad y a 15 puntos de la presidenta y la otra noticia hablaba del primer dilema de

Macri – apoyar o no a un candidato de la oposición. El tema principal del día **4.8.2011** fue el aumento de la jubilación mínima, descrita como acto propagandístico. La jubilación mínima que era de \$ 1.277,78 pasó a \$ 1.434,29 pesos, es decir aumento un 16,8%. Por esto el gasto del ANSES - Administración Nacional de la Seguridad Social - se incrementó unos 20 millones de pesos anuales. La última noticia publicada por el apartado, **elecciones 2011** habló sobre la falta del vice-candidato oficialista, Boudou en un debate televisivo. El debate ocurrió en el programa, ‘Dos Voces’, del canal TN, con el objetivo de que los postulantes mostrasen sus propuestas e ideas.

### **5.8.2011**

La noticia principal de esta fecha mostró las duras críticas opositoras a Cristina por haber violado la veda electoral. La noticia se refería a cuestionamientos hechos por los candidatos a presidente sobre la subida de las jubilaciones. En el texto, el candidato radical, Ricardo Alfonsín sostuvo que, “es otra avivada más del Gobierno nacional. Estoy harto con este destrato institucional.” La noticia también trae el pensamiento de Duhalde sobre el caso. “La violación de la veda electoral constituye un nuevo ingrediente para que los ciudadanos le pongan un límite más al Gobierno nacional.” La última noticia trae como título: Ocaña cuenta cómo en 2009 Cristina le pidió por Zanola. La materia muestra las contradicciones entre lo que está escrito en la biografía de Cristina y la verdad dicha por la ex ministra Ocaña, cuando ella advirtió a la presidenta que iba denunciar la mafia de los remedios, contestada por Cristina que dijo: “fijate bien porque es un compañero peronista que nos ayudó mucho.” En la fecha **6.8.2011**, el apartado político del *Clarín* muestra un capítulo más sobre la polémica de Ocaña revelando que Cristina pidió por el líder bancario Zanola, para encubrir la mafia de los medicamentos. La noticia fue publicada a cuatro columnas de textos, incluso las respuestas del Gobierno hacia Graciela Ocaña. “Yo sé que te molestó que no te hayan incluido en la lista de diputados del 2009, basta de basura. Un poquito de vergüenza, por favor.” Y continúa, “Ocaña siempre dijo que nadie la condicionó. Ahora quiere tapar su fracaso con la gripe mintiendo sobre la presidenta.”

### **7.8.2011**

Una semana antes de las primarias, el periódico, *Clarín* trajo datos de una encuesta mostrando que seis de cada diez jóvenes dicen que no les interesa la política. Otra parte de esta encuesta mostró que la mitad de los ciudadanos no sabe qué se vota o tiene información insuficiente sobre las internas. Sin embargo, la mayoría dice que asistirá el domingo próximo a las urnas. En esta fecha el periódico buscó educar a los electores que desconocían las reglas para votar en las primarias, explicando preguntas como: ¿Se podrán elegir candidatos a presidente de un partido, a gobernador de otro y a intendente de un tercero? ¿Para qué sirven las elecciones primarias? ¿Qué pasa si alguien no vota? ¿Quiénes tienen la obligación de votar? La última noticia hablaba sobre las dudas y quejas en la justicia electoral hechas por los jueces que manifestaron su indignación por la desorganización de las elecciones.

### **8.8.2011**

La noticia principal de este lunes fue el resultado de la elección cordobesa, donde el candidato, De la Sota se impuso por una amplia mayoría. En su discurso publicado por este periódico, él advirtió que la nación debe contar con Córdoba para unir y no para dividir. En relación al triunfo de De la Sota en Córdoba, el reportero, Leonardo Míndez explicaba en la noticia que la Casa Rosada aspirara a una relación distante, pero cordial con De la Sota. De acuerdo con la columna, 'El Foco', el cronista, Eduardo Van der Koy afirma que la victoria de De la Sota apunta a consolidar un peronismo anti K. La última noticia de esta fecha fue sobre una denuncia, hablando sobre la maniobra oficial con los fondos para la campaña. La reportera, Luciana Geuna, escribió que a una semana de las primarias los partidos: Frente Progresista, la UCR, el duhaldismo y Proyecto Sur no recibieron el dinero para imprimir las boletas de los candidatos y para afrontar los gastos del operativo electoral.

### **9.8.2011**

Cuanto más próximo se está de las primarias, más duro se tornan los discursos opositores contra el gobierno y hasta entre los propios opositores. El periódico muestra en noticias que en los últimos días de campaña los candidatos empiezan a preparar el terreno para después del 14. En esta noticia, Elisa Carrió, concentra sus datos más

potentes en el oficialismo y en Eduardo Duhalde y se modera con Alfonsín y Binner. El partido justicialista en Córdoba, contrariando la voluntad de Cristina resolvió salir con lista propia para diputados nacionales. Todavía en esta fecha, el periódico muestra una ley que el gobierno insiste en no cumplir: “la veda oficial”, un día anterior, Cristina fue a una inauguración de un parque industrial en Las Flores. La última noticia, es un análisis político del cronista, Ismael Bermúdez, explicando que la Argentina está más débil frente a una recesión global debida la fuga de capitales y la fragilidad fiscal.

### **10.8.2011**

El malestar causado por la falta de las boletas explotó entre la oposición cuatro días antes de las primarias. *Clarín*, en una noticia pregunta si el corte fue una opción electoral. El gobierno en otra noticia admite demoras en el escrutinio de las primarias y abre una acusación contra Duhalde. El periódico explica que durante la conferencia de prensa, Florencio Randazzo aseguro que hay ‘falsos reclamos’ a los que atribuyó intencionalidad electoral y apuntó a Eduardo Duhalde. “En los últimos días se han intensificado supuestos reclamos que intentan generar un proceso de malhumor social, inestabilidad, con actitudes verdaderamente antidemocráticas y extorsivas hacia al gobierno.” La última noticia se refería al acto del candidato presidencial del Frente Amplio Progresista en el Luna Park que pidió por un cambio progresista. El jueves, **11.8.2011**, fue para el periódico, *Clarín*, el cierre de campaña de los candidatos. De las 10 páginas del apartado de política, ocho hablaron sobre la forma del cierre de campaña. En la campaña de Alfonsín no hubo actos, pero sí una charla con intelectuales donde se repartieron boletas. El candidato de la izquierda socialista, Altamira habló en su cierre sobre el ‘rompimiento de la trampa’ y que el Gobierno es responsable por la muerte de Mariano Ferreyra y la toma de tierras en Jujuy. Otro candidato que también cerró su campaña hablando mal de la presidenta fue Duhalde, explicando al ex presidente de la federación agraria que Cristina no tenía capacidad de gestión. Elisa Carrió también fue muy crítica en relación al encuentro del candidato Binner con el líder sindical Moyano. “Me extrañó la reunión de una manera impresionante, porque no concibo a figuras transparentes asociadas y legitimando a figuras tan corruptas como el líder de la CGT.” El candidato Saá del Frente Compromiso Federal afirmó en su cierre de campaña que de ganar las elecciones aplicará en la nación el plan de viviendas provincial.

## **12.8.2011**

En esta fecha, las críticas de los adversarios del Gobierno continuaron. Fuera de las críticas, apenas una noticia fue publicada mostrando un correo electrónico donde el subsecretario de campaña FPV, Lisandro Tavano, pedía ayuda financiera a un regente de recursos humanos de la ANSES. A 24 horas de las primarias, **13.8.2011** el apartado político trae en su primera página un mapa del país mostrando, que se vota provincia por provincia y explicó que en esta fecha se elige a los que serán candidatos en Octubre. En el mapa también se explicó qué son las primarias, qué se vota, dónde se vota y cuáles son los documentos habilitados. En una noticia, el Gobierno explicó que es imposible que haya fraude en las primarias y que la persona que no vota, no está habilitado para hacerlo en octubre. La preocupación de algunos cronistas es por el alto índice de corrupción del momento y la forma de elecciones, Marcelo Helfgot de la columna, 'Punto de Vista', la cantidad de formas de las boletas son llamativas para la corrupción.

## **14.8.2011**

El día de las primarias, el apartado de política salió con un número sorprendente de páginas, es decir, 14, donde se trató desde un recorrido histórico de la democracia argentina, hasta el día a día de las familias de los candidatos a la presidencia. La materia principal salió con una foto de la Casa Rosada explicando que; aunque ninguna de las diez formulas presidenciales compite dentro de su partido, el resultado servirá para medir las chances que tendrán en las elecciones generales de Octubre. A esa instancia no pasarán los que saquen menos de 1,5%. La noticia también explicaba, que no se disputan cargos, pero el resultado dibujaría el mapa del gobierno y la oposición. Otras noticias mostraron los perfiles de los postulantes a la Casa Rosada y le preguntaron: ¿Por qué decidió ser candidatos? ¿Qué cosas de este Gobierno cambiaría? y ¿Qué cosas dejaría? La noticia con el mapa, mostrando qué y cómo se vota, también volvió a la pauta del día. La antepenúltima noticia mostraba los candidatos juntos a sus familiares. Entre las noticias políticas se veía una con el título: "Documentos escandalosos – e-mails pinchados y seguimientos de personas." El texto del reportero, Gerardo Young mostraba que la operación de espionaje conocida en las últimas horas, no sólo alcanzó a dirigentes políticos y sociales, sino que avanzó contra todos. "Entre las víctimas ya se

suman artistas y fiscales, pasando por empresarios, periodistas y diplomáticos de distintos países.”

### **15.8.2011**

El periódico, *Clarín*, un día después de las elecciones primarias mostró la trayectoria política, las fiestas y derrotas de los postulantes al cargo presidencial de Argentina. La materia principal trató de la victoria de Cristina sobre todos los opositores con 50,03% y Ricardo Alfonsín en segundo lugar con 12,19%. En esta elección votaron el 78% de la población. El periódico mostró que Cristina hizo un discurso de agradecimiento centrado en lo institucional y evitó las agresiones. El candidato Duhalde se conformaba con la pelea por el segundo lugar contra Alfonsín, pero prometió dar un ‘susto’ en octubre. Otra materia periodística que muestra la ventaja de Cristina Kirchner en esta elección fue, el mapa electoral. En esta noticia, sí mostró los resultados de todas las provincias. Cristina perdió apenas en la provincia de San Luis. El socialista, Hermes Binner llegó cuarto y se ubicó como el primer opositor, aunque lejos de Cristina. Según el periodista, Luis Carioto, la líder de la coalición cívica, Elisa Carrió hizo su peor elección y quedó en el sexto lugar. Otros postulantes que también deberán competir en Octubre es Altamira, líder del Frente de Izquierda y Rodríguez Saá gobernador de la provincia de Santa Fe.

Otras noticias también fueron destacadas en este lunes **15.8.2011**, como las denuncias por robo de boletas y largas filas en territorio bonaerense. *Clarín* intentó mostrar en su apartado político como ocurrieron las primarias en varias regiones del país, desde la capital, pasando por las provincias más importantes como Córdoba, Rosario y Santa Fe, hasta los campos de Jujuy, Chaco y Corrientes.

En el análisis de la cobertura dada por la prensa argentina en las elecciones nacionales de 2011, podemos concluir que los periódicos jugaron un papel clave en el proceso electoral por provocar la discusión, exhibición y plantear problemas relevantes. Además, los más destacados intereses demostraron borrar la imagen parcial de algunos candidatos. Con esto, nosotros podemos afirmar que los candidatos no tuvieron el mismo tratamiento. Muchos editores y periodistas destacaron sus preferencias por hacer

una cobertura parcial en los niveles de evaluación. La elección de los datos demostró que el diario *La Nación* y *Clarín* dieron voces a la oposición con la victoria de Macri en la Ciudad de Buenos Aires. El diario *Clarín*, aun más crítico que el primero, levantó un problema descrito por la columna 'En Focus', la cual afirmaba que la victoria de Macri se debió al apoyo de los medios de comunicación. La candidata oficialista, Cristina Kirchner recibió en casi todo el periodo de cobertura analizado, evaluaciones negativas. Los periódicos la destacaban como: enemiga del pueblo, de violar la veda electoral, corrupción, desastre social con el pueblo del norte del país, clientelista y robo de boletas.

En todo el análisis, se confirma que la mayoría de las evaluaciones para Cristina fueron negativas, asimismo algunas noticias tuvieron tonos neutrales, como en la fecha 5 y 7 de Agosto, del diario *La Nación*. Otros postulantes a la presidencia siempre se presentaron, en los dos diarios, como candidatos débiles y que no tenían las posibilidades de competir con los kirchneristas. Pero, aun así, tuvieron la oportunidad de presentar sus planes de gobierno, sus ideas sobre los postulantes y lanzar críticas sobre el gobierno.

## **5.7. Conclusión**

La campaña política nacional de Argentina 2011 fue producida en un momento de efervescencia socioeconómica, una base política sólida dejada por ex presidente, Néstor Kirchner, una victoria de Cristina en las primarias con 50,3% de aceptación por parte de los electores y una cantidad de presidenciables débiles. Además era una reelección para la candidata del FPV. Esto significa que ella puede contar con la máquina del Estado, ONGs y algunos medios de comunicaciones. En el apartado 5.2, donde trata directamente de la agenda política del FPV varios críticos fueron enfáticos en afirmar que muchos puntos señalados en la plataforma política de Cristina fue una copia casi fiel de coyunturas anteriores (2003- 2007). Los temas abordados y analizados en el único documento impreso, tenido como fuente primaria fueron: Economía, Política Social y Cultura, que por su vez fue dividido en varios subtemas, como: nuevo modelo económico, integración regional, desarrollo humano y cambio en las pautas culturales. En la plataforma electrónica se vea temas más complejos como: endeudamiento externo,

proyecto regional del MERCOSUR, reformulación del consejo de magistratura, etcétera.

Analizando las tablas 38, 39 y el gráfico 11 se concluye que la formación de la agenda política del partido, FPV - Frente Para la Victoria fue predominantemente marcada por temas sociales. Esta categoría fue compuesta por 24 componentes, representando 15% del total de la agenda. La agenda política del FAP fue más completa a nivel de contenido. Fuera el programa de Gobierno 2011-2015, que según la comunicóloga de la UBA, Bramulía, el documento presentaba requisitos de la necesidad reales de la sociedad argentina, la agenda trajo también una plataforma web, donde se discutía desde temas como: ir contra la reforma constitucional que permita la reelección indefinida, como también, la ley de los medios. El punto 5.3 trajo también una fuente secundaria, es decir, una cartilla, donde trató de temas sociales, desarrollo sostenible, educación y salud. Analizando las tablas 44 y 45 se observa que fuera los temas electorales, como: líderes de oposición y recorte de gastos públicos, la gran preocupación de Binner era con el tema, vivienda y hábitat, el cual, sacó 22 componentes y representó en el gráfico 12, 9% de su agenda política.

El subcapítulo 5.4 que trata de la agenda periodística del la *Telefe Noticias a las 20h* abre una interrogante hecho por varios investigadores, es decir, ¿los medios promueven candidatos? En este apartado varios científicos llegaron a la conclusión que los medios cumplen un papel importante en las campañas políticas, pero que algunos candidatos tienen un trato mejor que otros. Durante el periodo de campaña este informativo tuvo un comportamiento frío ante las elecciones 2011, caso que duró hasta la última semana analizada. De acuerdo con el cronista, Reynaldo Sietecase todo eso fue debido el resultado de las primarias ocurrido en 14.8.2011. Dos meses después de las primarias, se observa el posicionamiento parcial del noticiero a favor del partido oficialista, algo que puede ser comprobado en números y porcentaje en el apartado 5.5.

De acuerdo con la tabla 49, donde se trata de noticias por candidatos se ve muy claro el posicionamiento del informativo, donde Cristina tuvo más de una hora en tiempo de materias periodísticas, contra 11 minutos de Binner. Sobre las noticias evaluadas

también se puede ver una clara diferencia, Cristina alcanzó siete noticias positivas, mientras que Binner apenas 2. Analizando las tablas 50 y 51 se percibe la preocupación del informativo con temas sociales, principalmente con intereses humanos. Esas dos categorías juntas llegaron a sumar 67 componentes, es decir 37% de la agenda periodística.

El análisis del subtópico 5.6, es decir, los periódicos fueron completamente distintos del medio televisivo. Como se observa en las fechas analizadas, tanto el periódico, *Clarín*, como *La Nación* fueron parciales en sus noticias. La candidata oficialista recibió más noticias negativas que el candidato de la oposición. Se miramos separadamente, llegamos a la conclusión que el primer periódico es más crítico hacia Cristina que el segundo.



## **6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **6.1. Aspectos generales**

El poder o la capacidad de manipulación del medio de comunicación, es decir, la Televisión, ya fue estudiado, cuestionado a veces, hasta execrado por científicos sociales. El francés, Pierre Bourdieu llegó a afirmar que la televisión, en busca de la audiencia presenta un gran peligro, no sólo a las diferentes esferas de la producción cultural, así como también a la política y la democracia y espera que, “lo que se podría haber convertido en un instrumento extraordinario de la democracia directa no se convierta en un instrumento de opresión simbólica.” (1997:13).

Las teorías Agenda Setting y Newsmaking, motores-jefes de esta investigación vienen a demostrar justamente el poder de los medios de la comunicación en la construcción de las noticias, en sus efectos sociales y en las formaciones de las agendas. El paradigma levantado por: Cohen (1963), McCombs y Shaw (1977) de que, los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en los impactos de los acontecimientos y que el papel que juegan los medios se convierten en fundamento central en la decisión de los votos. Todo esto es debido a la importancia de los temas que son discutidos en las campañas políticas en función de la identificación partidaria.

Para científicos sociales como: Diaz (2004), Barros Filho (2003) y Traquina (2001) las conversaciones de las personas son agendadas en función de lo que los medios anuncian. De acuerdo con una de las hipótesis que permea esta investigación, la televisión puede construir escenarios favorables o desfavorables a determinados candidatos en el momento en que se encuadra determinados temas políticos. Como la propia teoría de la Agenda Setting afirma; los medios por su selección, disposición e inclusión de sus noticias, viene a determinar los temas sobre los cuales el público hablará y discutirá.

La confirmación de la primera hipótesis puede ser vista ya en el apartado 3.1 donde la Red Globo construye escenarios favorables al presidente Tancredo Neves, como también a la entrada de Antonio Carlos Magalhães para el ministerio de las comunicaciones. Otro punto que marca la confirmación de esta hipótesis, es el debate

político presidencial ocurrido en el día 3 de agosto de 2010, donde el encuadramiento de temas como; las Farc de Colombia, la relación Lula con Irán y asuntos sobre la corrupción daban ventajas al candidato José Serra y rellenaba las páginas de los diarios y abría discusiones en foros de discusión, sitios y blogs de noticias.

Analizando el caso argentino, se observa que la relación medios-política en este país también tiene historias de conflictos desde sus orígenes y que la aproximación de la política, por parte de los Kirchner a determinados grupos mediáticos le son favorables. En los apartados 3.3 y 3.4 nos muestran como la televisión, Telefe da visibilidad a los Kirchner intentando emplazar temas favorables a los mismos, como: la candidatura de Néstor a diputado nacional bonaerense en 2009. Otro punto, donde se nota determinado favorecimiento con encuadramiento de noticias fue en la entrevista de Cristina Kirchner al reportero Francisco Mármol, también en 2009, donde la presidenta explicó, con cuáles instrumentos debían enfrentar la crisis que devastaba a los EEUU desde 2008 y Europa en 2009.

La teoría que fundamentó la segunda hipótesis fue la Newsmaking que de acuerdo con Tuchman (1983) *apud* Wolf (2002) trata de la construcción de la noticia articulada a tres vertientes principales, es decir, la cultura profesional de los periodistas, los valores organizacionales y los procesos productivos. Según esta teoría, la noticiabilidad está relacionada con los procesos de rutina y estándar de las prácticas productivas. Basándose en este principio se cuestionó si no hay subversión de las normas periodísticas aplicada por los medios de comunicación, es decir, el trabajo de profesionales como: relaciones públicas, productores de contenidos, asesores de prensa y, a menudo, los consultores políticos no tienen relevancia en la producción de las noticias. Como ejemplo, la tesis trajo una noticia vehiculada por el noticiero *Telefe Noticias a las 20h*, que tenía por título principal: Candela, ¡la hora de la verdad! En el ejemplo propuesto, el acontecimiento asumió los diversos colores que los más variados intérpretes pueden darle confirmando que en la construcción de las noticias otros profesionales que no sean apenas reporteros, también influyen y ayudan a construir la ‘realidad’. Esta misma construcción de la referida noticia ya fue cuestionada por Bucci y Kehll (2004) cuando afirman que la decisión de la noticia es una compleja interacción

entre los profesionales de la noticia y la clase empresarial. Principalmente a lo que se refiere al periodismo televisivo, lo más importante es el factor económico. Para estos autores, el programa periodístico tiene como objetivo mantener la audiencia, porque sólo de esa forma garantiza los altos valores investidos en intervalos comerciales.

Partiendo de la conclusión de que la noticia no es algo construido y decidido solamente por profesionales de redacciones, en este caso: reportero, editores y directores, como afirma la teoría del Newsmaking y sí también por profesionales que trabajan directamente juntos al Gobierno, como: asesores, consultores y productores, se puede cuestionar la influencia de la televisión sobre la política en los dos países investigados.

Incluso si algunos otros profesionales que no sean de redacción, influyendo en la construcción de las noticias y la política en algunos casos quedándose subordinada a la comunicación, no podemos hablar de una supremacía de los medios sobre la política y sí de una interdependencia. Un ejemplo claro, fue con el debate Folha/UOL en el día 19.8.2010 donde las reglas del debate fue impuesta por la política y los temas por los medios. Aun así, temas importantes fueron suprimidos, dando lugar a temas superficiales o a discusiones personales. En un evento como el Debate Folha/UOL se observó no apenas el trabajo de reporteros, editores y directores, sino también de asesores políticos, *spin doctors*, hasta profesionales de marketing políticos.

El proceso de producción de la noticia en el caso del noticiero, *Telefe Noticias a las 20h*, es algo que se puede confirmar en relación a la subversión de las normas periodísticas aplicada a este medio. De acuerdo con el investigador, Carlos Alberto Curi (2010) los Kirchner viajan con su propio equipo de comunicación, los cuales producen sus propios comunicados y informaciones y difunden en los grandes medios. En relación a la influencia de otros profesionales de la comunicación, como asesores, consultores políticos y relaciones públicas en las noticias, esto sí es más visible, a través de las noticias cubiertas publicadas por este medio. Otro profesional que es notable en la confección de la realidad noticiosa en este informativo, es el ‘diseñador’ de noticia.

Contemplando la tercera hipótesis de este trabajo donde se cuestionan los elementos del medio social y los valores de creencia puestos en la noticia en el momento de su producción, induciendo los electores a aproximarse o alejarse de los partidos políticos, influyendo favorable o desfavorablemente determinados candidatos y respectivas agendas, pueden ser vistos en las noticias de los diarios analizados.

Los análisis llevados a cabo en este trabajo de investigación y permeados por la hipótesis de la Agenda Setting y la teoría del Newsmaking demuestran que los noticieros tienen por característica básica el deber de ser uno de los programas más importantes de la televisión y/o de mayor credibilidad. Pero se deja claro que a través de la línea editorial, la producción de la noticia, muchas veces por la falta de ética de los profesionales, los noticieros no cumplen el papel para el cual fue destinado: informar imparcialmente. Esta actitud, también compromete el concepto de noticiabilidad y la evaluación de la noticia. Finalmente, termina por ejercer un impacto notable en las decisiones de votos de los electores. Los efectos emergen en el apoyo a partidos de índole diversa, en contextos electorales variados y en relación a candidatos con distintos perfiles y niveles de notoriedad y popularidad. Por lo general, estos efectos no se circunscriben a un sector definido en función de unas determinadas actitudes hacia la política, sino que afectan al conjunto del electorado debido su nivel de sofisticación.

## **6.2. Conclusiones relativas a la campaña electoral de 2010 en Brasil**

La campaña electoral de 2010 en Brasil se dividió en dos momentos, es decir 1ª y 2ª vuelta. Esta división mostró cambios de comportamientos tanto de los partidos políticos, como por parte de los temas abordados por el noticiero analizado. El partido de los trabajadores, el PT en el primero momento trajo temas como: derechos humanos y democratización de la comunicación, es decir temas polémicos para ser debatidos en una elección, pero al mismo tiempo se vio temas importantes como integración del Mercosur y reforma de las Naciones Unidas dando un enfoque más internacional. Aun dentro de la 1ª vuelta se discutió también temas como soberanía nacional y desarrollo económico. En la 2ª vuelta ya se observa un partido más direccionado para el internacionalismo, tecnología y con una fuerte tendencia social.

El partido PSDB trató en la 1ª vuelta en su agenda política de temas familiares, como: historia de vida, creencia, necesidad y deseo, dejando temas como infraestructura en su según plano. Lo mismo el candidato José Serra siendo profesional de la salud, este tema fue marcado por los mismo puntos que la categoría Nosotros/Ellos, es decir, representó apenas 8% de todas las categorías. Otra observación es en relación a temas como: ciencia, desarrollo y tecnología que también fueron casi suprimidos. El espacio y tiempo fue utilizado por ese partido para criticar la gestión del PT. Analizando la agenda política de los socialdemócratas en la 2ª vuelta, se concluye que ellos no lograron emplazar temas importantes, como ciencia y tecnología o relaciones internacionales. Observando el análisis de las agendas en las tablas 21 y 22, se concluye que la categoría Ellos contra nosotros fue mucho más importante que la categoría Infraestructura.

En relación a la muestra de la 1ª Vuelta fueron analizados 18 noticiario que sumó un total de 92 noticias. Las noticias periodísticas tuvieron un tiempo más largo en relación a 2006 y 2002. El enfoque fue para las noticias de política sociales, política gubernamental – inversión en infraestructura y corrupción, como: ‘El caso Erenice Guerra’. De acuerdo con los números descritos en la tabla 24, se observa que Dilma Rousseff tuvo 61 momentos en los noticieros analizados, casi el doble del segundo candidato. En cuanto al tiempo de la noticia, la candidata del PT se quedó con casi 64 minutos, representando 66.30% del total de las 92 noticias. Por otro lado, el candidato del PSDB alcanzó apenas 33,70%. Por parte de la cantidad y el tiempo del discurso, se observa que Serra le ganó a Dilma. El socio-demócrata, de las 31 noticias, discursó en 26, ya Dilma de las 61 discursó en apenas 11, es decir, sacó 18% de las noticias, sumando 4 minutos y 10 segundos, o sea, 39% por tiempo de discurso. Ya el candidato del PSDB alcanzó 84% de las noticias, es decir 6 minutos y 30 segundos, o sea, alcanzó 61% por el tiempo del discurso.

Analizando la tabla 26 se puede ver el desequilibrio en las evaluaciones. Se puede afirmar que la 1ª vuelta para la candidata del PT fue desastrosa. La candidata sacó 43 noticias negativas contra apenas 2 de su rival. El mismo desequilibrio también se puede ver en las positivas, pues el candidato del PSDB tuvo más del doble que la candidata del

PT. En relación a las neutras, se percibe una pequeña ventaja de la candidata del PT, sobre Serra con dos noticias neutras más. La investigación apunta una construcción desfavorable de la escena electoral por parte del *Jornal Nacional* en la primera vuelta

Analizado el contenido del *Jornal Nacional* en la 1ª vuelta se puede confirmar que el noticiero fue enfático en transformar un hecho político en escándalo político. De acuerdo con el resultado del observatorio de la prensa en relación al hecho del caso “Erenice Guerra y el Gabinete” los medios transformaron estos casos en escándalos políticos y con esto favoreció a determinados candidatos o partidos, lo que confirma la primera hipótesis levantada en esta investigación de que la televisión puede construir escenario favorable o desfavorable a determinado candidato. La construcción de un escándalo político, referente al *dossier* contra el candidato del PSDB, José Serra también, fue una tentativa por parte de los medios. Este hecho produjo varias noticias hasta la mitad de la 1ª vuelta. Con una cobertura unilateral y texto persuasivos presentados en la muestra se concluye que hubo una influencia en el resultado de las elecciones en la 1ª vuelta, ocasionando un cambio de postura de la candidata, Dilma Rousseff en su estrategia de marketing y comunicación, como también de los votantes, ocurriendo así una 2ª vuelta. En la tabla 28 se observa que hay una aproximación entre la agenda periodística y la agenda política del PT con los temas políticas sociales e infraestructura. Aunque el noticiero estaba intentando hacer del tema ‘Erenice Guerra’ un escándalo político se observa que esta categoría se quedó en segundo plano en la 1ª vuelta.

En la muestra de la 2ª vuelta, aun con una cobertura fría publicada por el *Jornal Nacional*, cuando es comparada con el periodo analizado en la 1ª vuelta se observa en la tabla 29 una cierta ventaja de Dilma sobre Serra en relación a los números de noticias. Es decir, de un total de 56 noticias la candidata del PT sacó 33, mientras que Serra apenas 23, las cuales representan 41,07 del porcentual total. Referente al tiempo de las noticias Dilma siguió en la ventaja de casi 20 minutos de diferencia. De las 33 noticias que presentaron cualquier referencia a la candidatura, Dilma Rousseff, en apenas 3, ella dio entrevista, representando apenas 41 segundos en el tiempo de discurso. El candidato

del PSDB habló en 14 de las 23 materias en que apareció, es decir, más de 60% de los hechos, el cual representó 3 minutos y 24 segundos de tiempo de discurso.

Los datos sobre las evaluaciones de las noticias periodísticas demuestran que Serra tuvo 65% de visibilidad positiva y Rousseff poco más de 51%. El mismo desequilibrio se puede ver en las noticias negativas, donde la candidata del PT tuvo casi 40% y el candidato del PSDB apenas 26%. Una diferencia de casi 14 puntos porcentuales. Referente a las noticias neutras no hubo tanta diferencia entre los candidatos. Dilma sacó 3 noticias neutras, por otro lado, Serra sacó apenas 2.

En la 2ª vuelta, la voluntad de denuncia por parte del informativo, *Jornal Nacional* provocó un desequilibrio en el discurso, ocasionando una parcialidad en las noticias publicadas, confirmando así una vez más la hipótesis del ‘encuadramiento favorable’ a determinados candidatos o partidos. El periodo de la 2ª vuelta fue marcado por entrevistas y debates donde se puede una vez más confirmar la teoría del Newsmaking, donde temas, posicionamiento, tiempo y locales fueron ampliamente discutidos entre la empresa de comunicación y los asesores de los candidatos influyendo así directamente en la producción de la noticia. Se observa que muchas preguntas hechas por los conductores estaban cargadas de connotaciones negativas y que reflejaba no apenas el conocimiento del público, sino también la cultura social y el deseo del conductor. Se observa que los temas más propagados en el JN fueron: políticas sociales, inversión en infraestructura y campaña política, sumando 39 componentes y representando 36% de la agenda periodística. En segundo lugar se quedaron los temas: relaciones políticas, Caso Erenice Guerra y corrupción, con 29 componentes y 26% en la agenda.

La tercera hipótesis levantada en esta investigación puede ser confirmada cuando analizamos algunas noticias de los periódicos impresos, sean brasileños o argentinos. En el diario brasileño *Folha de São Paulo* del día 5/8/2010 el reportero, Laercio Tavares deja muy claro sus valores sociales, influyendo así en el desfavorecimiento de Dilma delante los electores. “Dilma quiere ser la madre de todos los brasileños. Yo rechazo eso, ¡madre hay una sola! Mi madre nunca ha sido miembro de una organización de izquierda, o cualquier movimiento revolucionario armado.”

El mismo reportero en el día 10/8/2010 trajo una noticia, donde deja claro sus valores de creencia y la intención de desfavorecer a la candidata del PT, mostrando apenas los puntos negativos. En relación al beso gay evidenciado en la noticia, el reportero mostraba apenas el repudio de los cristianos y católicos sobre el hecho.

En relación el diario *O Globo*, el número de noticias cargadas de valores sociales y creencias fue mayor que su competidor<sup>172</sup>, *Folha de São Paulo*, esto muestra una cierta tendencia de pensamiento editorial con la emisora Red Globo. El reportero, José Diogenes Borges, en la noticia del día 1/8/2010, intentaba implicar al ministro, Guido Mantega, con el escándalo donde estaba envuelta su hija y la presidencia del Banco del Brasil. En el día 14/8/2010, el reportero, Flavio Ferreira abrió la primera página del periódico *O Globo* mostrando la relación del falsificador de los documentos de la hija del candidato del PSDB con el partido de los trabajadores.

El periodo analizado de la prensa brasileña se refiere a lo que llamamos de pos-convencción, es el momento en que todos los candidatos ya tienen su candidatura registrada y confirmada por el órgano competente- TSE -Tribunal Superior Electoral. La política editorial adoptada por los periódicos, *Folha de São Paulo* y *O Globo* no fue tan diferente, cuando es confrontada con la postura del *Jornal Nacional* en relación al partido del gobierno, PT. El periódico *Folha de São Paulo* buscó repetir en parte la agenda periodista de la *Globo*, publicando temas que ya habían sido referenciados en programas televisivos como: JN no Ar, debates televisivos y hasta inclusive temas publicados por otras emisoras. Los temas que fueron evidencia en las páginas de este periódico fueron: clientelismo, escándalos políticos y corrupción. Temas como el *dossier* del PT, Escándalo del organismo tributario del Brasil, Ficha Limpia, denuncias, ofensas y la relación del PT con las Farc; son temas que de una forma u otra evalúan a Dilma o al PT en forma negativa.

Evaluando las noticias publicadas en el apartado, **Elecciones 2010** se concluye que en la gran mayoría de las noticias publicadas por la *Folha de São Paulo* y *O Globo* fueron negativas para Dilma, ya para Serra oscilaron entre positivas y neutras. Las noticias

---

<sup>172</sup> Véase fechas: 1/8/2010, 2/8/2010, 3/8/2010, 4/8/2010, 7/8/2010, 12/8/2010 y 14/8/2010.

siempre buscaron mostrar el lado educado del candidato del PSDB, ya por otro lado para la candidata del PT, su imagen siempre estuvo asociada a Lula, a la incompetencia y a la corrupción.

### **6.3. Conclusiones relativas a la campaña electoral de 2011 en Argentina**

La campaña electoral de 2011 en Argentina no siguió el mismo patrón brasileño, es decir, no fue dividida en dos momentos (1ª y 2ª vuelta) y sí apenas en uno. Los temas sociales se sobresalieron, confirmando lo que los periodistas del periódico *Página 12* afirmaban, ser la plataforma política del FPV, es decir, una copia casi que fiel de las conjunturas anteriores, cuando Néstor Kirchner aún era presidente. Otra categoría que fue ampliamente discutida en la agenda de este partido fue ‘Ellos contra Nosotros’, donde varias comparaciones fueron hechas entre los hechos de los candidatos y legislatura. Era muy común en esta categoría encontrar palabras como: renegociar, reconstruir, reindustrializar y pasado/presente, en el sentido de hacer algo mejor y olvidar el pasado. Aun la presidente mostrando puntos importantes como internacionalización, regionalización y economía, ellos no puntuaron, como otra categoría considerada superflua como: Ellos contra Nosotros.

El oponente de Cristina Kirchner, Hermes Binner del partido Frente Amplio Progresista empezó las elecciones con temas polémicos como ir en contra la reformulación de la constitución que permita la reelección, la ley de medios y la colocación de la prensa en la lista negra argentina, recorte del gasto público y denunciar el oficialismo de Cristina Kirchner, todos esos representaron como 14% de su agenda política. Varios otros temas importantes formaron parte de la agenda de la FAP, principalmente en lo que compete a temas relacionados a ciencia y tecnología, infraestructura y economía. Esto también puede ser leído como una preocupación social de desarrollar el país tanto en la línea de ciencia y tecnología, como también mejorando la infraestructura.

La muestra del apartado argentino fue realizada en la fase más caliente de las elecciones, o sea, 3.10.2011 a 21.10.2011, que corresponde a 15 ediciones del *Telefe Noticias a las 20h*, 15 horas o 900 minutos. Como fue dicho, en el inicio del apartado

argentino, aquí en la conclusión, las elecciones nacionales argentina corresponde apenas a una vuelta. Aunque el noticiero investigado no tenía los temas políticos como registro de su informativo se percibe que las noticias publicadas en las fechas analizadas son, de lejos, favorables a la candidata del FPV. Mirando la tabla 47 se observa que Cristina fue contemplada con el doble de las noticias sacadas por Binner. En relación a tiempo de las noticias, la candidata del FPV tuvo una hora más que el candidato del FAP. De un total de 13 noticias Cristina discursó en 6 y recibió 13 minutos y 18 segundos, mientras que Binner habló apenas en 2, llegando a tener apenas 3 minutos y 39 segundos. Con estos números se puede confirmar el grado de visibilidad de la candidata a reelección.

En la tabla evaluativa se confirma el favoritismo por Cristina sobre Binner en el informativo *Telefe Noticias a las 20h*. De las 13 noticias publicadas en el informativo Cristina fue contemplada con 7 positivas y 2 neutras. El candidato del FAP sacó apenas 2 positivas, 1 negativa y otra neutra. Con este resultado, se observa una construcción favorable por parte del noticiero *Telefe Noticias a las 20h* para Cristina Kirchner.

El análisis de los resultados del apartado sobre el informativo, *Telefe Noticia a las 20h*, confirma una falta de interés político por parte del noticiero. Pero esto no significa que no hubo una construcción desfavorable al candidato rival del oficialismo. Los temas de mayor repercusión fueron de intereses humanos, social y los comentarios. La primera noticia de connotación política fue al aire en el día 14.10.2011, es decir una semana antes de las elecciones nacionales. Temas como deporte y entretenimiento sacaron más componentes que las categorías economía y política. Analizando los comentarios producidos por los conductores en el apartado 5.4 se confirma una sobrevaloración por parte de lo noticiero a la figura de Cristina Kirchner y al gobierno como un todo. En este punto también se puede ver cómo la cultura profesional y organización laboral puede influir en la construcción de la noticia. Las noticias publicadas en esta última semana por este informativo eran de carácter propagandístico para el partido FPV, es decir, confirmando una vez más la hipótesis levantada en el inicio de esto trabajo de que profesionales de otros campos sociales también puede intervenir en la construcción de la noticia.

Por parte de los periódicos argentinos, *Clarín* y *La Nación* se analizó apenas el apartado de política intitulado **Elecciones 2011**. Por la crisis instalada entre el gobierno de los Kirchner con la ley de medios contra los medios de comunicación quedó claro de qué lado estuvieron los periódicos en esta batalla electoral de 2011. El periodo analizado fue el que corresponde a dos semanas antes de las primarias, es decir, 1.8.2011 hasta el día 15.8.2011. Los dos periódicos analizados por formar parte de un conglomerado de comunicación y que traba una batalla judicial contra el gobierno no economizó noticias negativas, al contrario, demostró intereses de borrar la imagen de algunos candidatos. Con esto, podemos afirmar que los candidatos no tuvieron el mismo tratamiento en las páginas de estos diarios, comprometiendo así las evaluaciones de las noticias. Por parte de *Clarín*, aún más crítico en relación al gobierno que el diario, *La Nación*, siempre asociaba la presidente a escándalos políticos y a actos de corrupción. Ya los otros candidatos en los dos periódicos eran presentados como débiles y no tenían las posibilidades de competir con los kirchneristas, pero aun así tuvieron la oportunidad de mostrar sus planes de gobierno, sus ideas sobre los postulantes y lanzar críticas sobre el gobierno.

Los diarios argentinos investigados evidencian en sus rutinas productivas su medio social y valores de creencia. Según Cristina Kirchner no existe el periodismo independiente, los periodistas no se pueden aislar de la empresa que los emplea de los medios sociales, ni de sus valores. Estas empresas son, según su punto de vista, poseedoras de un enorme poder y actores en este juego de poder, con intereses e ideología. Dichos medios actúan decisivamente en la relación entre los ciudadanos y los políticos.<sup>173</sup>

El periódico, *La Nación* mismo manteniendo una línea editorial conservadora no diverge completamente de su competidor, *Clarín*, cuando el tema es oposición al oficialismo. La noticia del día 1/8/2011, el reportero Jaime Rosemberg en su texto, “Macri Aplastante” deja muy claro el posicionamiento político del medio en que trabaja,

---

<sup>173</sup>Graciela Mochkofsky. Los Farsantes. Caso Cóppola, una crónica del fin del menmismo» (2007); autora de «Timerman. El periodista que quiso ser parte del poder» (2003); «Tío Boris. Un héroe olvidado de la Guerra Civil Española» (2006); «La revelación: una historia real» (2007); «Pecado original» (2011); entre otros trabajos.

cuando publica la frase del candidato de oposición a Cristina Kirchner. “No creo en esas visiones de mundo que ven enemigos por todos lados [...] Los enemigos en esta ciudad no pueden ser otros porteños, piensen como piensen.” Otro ejemplo claro de oposición e influencia desfavorable al kirchnerismo fue marcado en el día 2/8/2011, donde el propio Rosemberg publica una noticia con el título: Macri apoyará a un candidato opositor. Otra noticia que sigue la misma línea de razonamiento e influencia favorablemente a los votantes de la oposición fue publicada en el día 11/8/2011 por el reportero Mariano Obario. La noticia con el título Sindicalistas se aproximan del partido FAP, mostraba el miedo de la presidenta a una fuga de votos por el efecto Córdoba y una aproximación entre el sindicalista, Hugo Moyano y el partido Frente Amplio Progresista.

La batalla entre los kirchneristas y el conglomerado de comunicación *Clarín*, ya es algo conocido de la sociedad argentina. En las páginas del diario es clara su oposición al oficialismo. De acuerdo con Mochkofsky (2007) Kirchner interpretaba cada artículo, título y foto, cada palabra de radio como un ataque o apoyo a su gestión por parte del dueño del medio, con el objetivo de obtener ventajas económicas o políticas. En el período analizado, varias noticias fueron publicadas con la intención de alejar votantes de la base gubernamental. Noticias como: La mania K de culpa a los medios (2/8/2011) y Conflicto Sociales en Jujuy (3/8/2011) del periodista Ricardo Roa dejan muy clara la pelea trabada entre los Kirchner y los medios. El reportero explica que si hay algo que el Gobierno hace sistemáticamente es eludir a los medios. “No da conferencias de prensa ni reportajes, salvo a los periodistas amigos. Y la presidenta utiliza a granel la cadena nacional.”

El mismo ejemplo puede ser visto en las noticias del reportero Ignacio Slobayen. El texto del día (4/8/2011) describía el aumento de la jubilación, como acto propagandístico y en el día (5/8/2011) trató de la veda electoral dando voces apenas a la oposición e insultando la población a quedarse contra el gobierno. “La violación de la veda electoral constituye un nuevo ingrediente para que los ciudadanos le pongan un límite más al Gobierno nacional.” Esto confirma una vez más, la tercera hipótesis de esta investigación, en la producción de la noticia las rutinas productivas crean elementos compuestos por su medio social y valores de creencia que inducen los electores a

aproximarse o alejarse de los partidos políticos, o que influyen favorable o desfavorablemente determinados candidatos, partidos políticos y respectivas agendas.

#### **6.4. Similitudes y diferencias entre los dos procesos electorales en los medios**

Aun en la conclusión de esta tesis se hace necesario explicar sobre las similitudes y diferencias entre los procesos electorales, como también entre los principales canales de TV entre los dos países investigados respecto a los candidatos y, finalmente, las similitudes y diferencias entre los diarios de cada país respecto a los procesos electorales.

El proceso electoral en los dos países investigados tiene sus similitudes y diferencias. Tanto Brasil como Argentina tienen forma de gobierno republicano y sistema presidencialista. En caso de Brasil este sistema de gobierno fue apoyado directamente por el pueblo mediante plebiscito ocurrido en 1993. Ya en Argentina está previsto en el artículo 22 de la constitución de la Nación Argentina, el cual trata de una democracia representativa electa por los constituyentes. “El pueblo no delibera ni gobierna, sino por medio de sus representantes y autoridades creadas por esta Constitución. (...)” (ZARINI, 2004:51). En Brasil y Argentina el sistema electoral es mixto y mayoritario pudiendo haber 1ª y 2ª vuelta, para el cargo de presidente, gobernador, intendente y senadores. En Argentina las listas son cerradas, bloqueadas y manuales, por parte de Brasil las listas son abiertas y electrónicas. Otra innovación tecnológica, y que causa la diferencia entre los dos países analizados, es la elección biométrica aplicada en las elecciones municipales en 2008 y que deberá valer para todo territorio nacional en 2014. Otra diferencia es en relación a las primarias abiertas, obligatorias y simultáneas ocurridas en agosto de 2011 en Argentina. En relación al sistema proporcional para diputados nacionales y consejales podemos hablar de similitud entre los dos países.

También podemos hablar de similitud cuando el tema es volatilidad de los votantes, o mejor, abstención electoral, es decir, crisis de identidad ideológica en relación a los partidos políticos. Por último, aun relacionado a la diferencia podemos hablar del cupo para las mujeres en el congreso nacional. Argentina es el país en Latino América más

bien colocado en el *Ranking*, que mide la participación de las mujeres en los parlamentos del mundo. Este país fue el primero en Latinoamérica a instituir el sistema de cupos, Zarini, (2004). La presencia femenina en el congreso nacional es de 40%. Por parte de Brasil, estos cupos no son obligatorios, pero la ley establece que los partidos reserven 30% de plaza para el sexo femenino, pero los partidos no están obligados a rellenar estas plazas con las mujeres. Algo un tanto confuso.

Por parte de los canales de TV analizados en relación a los candidatos se observa similitudes y diferencias en su forma de conducir los informativos. La Red Globo se mostró parcial en relación a los dos candidatos, pero mucho más a los del gobierno, tanto en las noticias publicadas durante el periodo analizado (Ver Tabla de Evaluación 1ª y 2ª vueltas), entrevistas conducidas en el estudio del *Jornal Nacional* y en los debates electorales conducidos por William Bonner y Fátima Bernardes. Por otro lado *Telefe Noticias a las 20h*, fue enfático en su parcialidad a favor del oficialismo, es decir, las diferencias entre los dos noticieros se quedaron por parte de los partidos. Brasil (JN) apoyaba la oposición y Argentina (TN) apoyaba la situación. La diferencia también se puede ver en la sutileza del apoyo a los candidatos. Por el lado del *Jornal Nacional*, se observaba una preocupación en la formulación de las noticias y los comentarios se reservaban a determinados programas de la Red Globo. Ya por parte de la estructura del *Telefe Noticias a las 20h*, los comentarios se producían dentro del horario del informativo, es decir, el estudio del noticiero es formado por dos conductores y un comentarista. Con esto se percibía una mayor claridad en el apoyo a Cristina por parte de este noticiero.

Otra diferencia, es el valor dado a la categoría de política por parte de los brasileños. Los candidatos y sus partidos fueron representados en este noticiero antes mismo de la 1ª vuelta, es decir, el periodo pos-convención. La Red Globo ya abría espacio para los candidatos y sus partidos. Por parte de los argentinos, como se veía en el análisis del noticiero, el tema política fue introducido en el informativo apenas en el último día de la segunda semana de análisis. Analizando los comentarios hecho por el cronista Sietecase, respecto a los candidatos se confirma la primera hipótesis levantada en esta investigación, de que, la televisión puede construir escenario favorable o desfavorable a

un candidato. También se confirma la segunda hipótesis, relacionada a la teoría del Newsmaking, donde dentro del proceso productivo de las noticias publicadas por el noticiero *Telefe Noticias a las 20h*, se observa una profunda influencia de asesores políticos y productores de contenidos por parte del partido político FPV, haciendo que, en el momento electoral, la televisión sea un instrumento de visibilidad política de determinado candidato.

Los periódicos, tanto los argentinos como los brasileños, representaron papeles importantes en estos procesos electorales, no solamente por criticar a los gobiernos, sino también por dar voces a los candidatos con menos visibilidades en el medio televisivo y traer temas con más detalle y profundidad, planteando discusiones y llevando a la luz de la sociedad problemas relevantes. En Argentina, de acuerdo con los datos de la muestra, el diario, *Clarín* fue más agresivo que *La Nación*, pero los dos fueron contra la candidata oficialista, degenerando así una similitud con los dos diarios brasileños, *Folha de São Paulo* y *O Globo*. Otra similitud entre los cuatros periódicos y que influye directamente en el proceso electoral, es la representación social de los diarios. Ellos son los cuatros diarios de mayor influencia en estos países, por ser los más leídos y representar el pensamiento de una clase media. Aun así, se cuestiona el verdadero papel que juegan estos diarios por pertenecer a conglomerados de comunicación que, a su vez, traban batallas judiciales contra el gobierno. Referente al proceso electoral se ve una pequeña diferencia entre los cuatros periódicos; por el lado de los argentinos, los dos diarios criticaron duramente la candidata del FPV, mientras que los otros candidatos de la oposición eran representados como débiles y no capaces de pelear contra Cristina Kirchner. Por parte de Brasil, los periódicos se mostraban favorables al candidato, José Serra, por otro lado, Dilma era tratada como el muñeco de Lula, incapaz e insegura. Su imagen era relacionada a la corrupción, mal gestión pública y nepotismo. En 2014 y 2015 Brasil y Argentina pasarán una vez más por el proceso electoral, lo que se espera es que haya una mayor imparcialidad por parte de los medios referente a los partidos y candidatos y que las agendas políticas puedan traer discusiones más direccionadas al interés de la población. Además tenemos la obligación de continuar investigando sobre los factores que determinan la relación media-política. Con la conclusión de esta tesis

esperamos que haya contribuido para la continuación del estudio de la comunicación política y que pueda servir de base para estudios futuros.



## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABELES**, Martín; **FOCINITO**, Karina; **SCHORR**, Martín. El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado, Bernal. Universidad Nacional de Quilmes. 2001.
- ALBUQUERQUE**, Afonso de. A política do espetáculo. In: Dimensões. Rio de Janeiro. 1992.
- AMORIM**, Paulo Henrique e **PASSOS**, Maria Helena. Plim Plim: a peleja de Brizola contra a fraude eleitoral. São Paulo: Conrad, 2005.
- APOSTOLIDÉS**, Jean-Marie. O rei-máquina. Espetáculo e Política nos tempos de Luís XIV, Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.
- ALTHEIDE**. David. Becoming News. *A Study of Two Newsrooms, Sociology of Work and occupations*, Vol. 3, n° 2, pp. 223-226 1976.
- AUBENAS**, Florence; **BENASAYAG**, Miguel. La fabricación de la información: los periodistas y la ideología de la comunicación. 1ª ed. Buenos Aires. Colihue, 2005.
- BANDEIRA**, Moniz. Estado Nacional e Política Internacional na América Latina; o continente nas relações Argentina-Brasil 1930-2013, Universidade de Brasília, 2013.
- BARDIN**, Laurence. Análise de Conteúdo. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro, Lisboa, Edições 70. 1981.
- BARRIENTOS**, Miguel. Federalismo comparado entre Brasil e Argentina: o poder dos governadores desde a redemocratização, tese mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- BARRILI**, Rodolfo; **PÉREZ**, Cristina. Candela, la hora de la verdad, Telefe Noticia a las 20, presentado en: 19/10/2010
- BARROS FILHO**, Clóvis de. Ética na Comunicação. Ed. 2ª. São Paulo. Summus Editorial, 2003.
- BASUALDO**, Eduardo. Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina (1976-2001), Bernal, Universidad Nacional de Quilmes. 2001.
- BAUDRILLARD**, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa, Antropos. 1991.
- \_\_\_\_\_. A Sociedade do Consumo. Lisboa; Elfos Editora, 1995.
- BECERRA**, Martín; **MASTRINI**, Guillermo. Senderos de la económica de la comunicación: un enfoque latinoamericano, en Cuadernos de información y comunicación, v.11 Universidad Complutense de Madrid, Madrid. 2006.

\_\_\_\_\_ .Los dueños de la palabra. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2009.

**BECKER**, Lee B. The Mass Media and Citizen Assessment of Issue Importance. A Reflección on Agenda-Setting Research, *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3. Sage Publications, 1992.

**BECKER**, Lee B; **MCCOMBS**, Maxwell E; **MCLEOD**. J.M. The Development for Political Cognitions, en Chaffee, Steven (Ed.) *Political Communications. Issues and Strategies for Research*, Sage Annual Reviews of Communications Research, vol. 4, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1975.

**BERNADES**, Fátima; **BONNER**, William. O candidato José Serra abre campanha em Pernambuco, *Jornal Nacional*, apresentado em: 28/05/2010.

**BLUMLER**, Jay G; **GUREVITCH**, Michael. Towards a Comparative Framework for Political Communication Research, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1975.

**BONNER**, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro, Editora Globo, 2009.

**BOGNER**, Alexander; **BEATE LITTIG**, Wolfgang Menz. *Das Experten-interview: theorie, methode, anwendung*. 2. Auflage. Wiesbaden, 2005.

**BOURDIEU**, Pierre. *Sobre a Televisão: seguido de A influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

**BRODER**, Pablo. *Dos Anos en la era K: luces y sombras de la postconvertibilidad*. 1ª. Ed., Buenos Aires, Planeta, 2005.

**BROSIUS**, Hans-Bernd; **KEPPLINGER**, Hans Mathias. The Agenda-Setting Function of Television News: static and dynamic views. *Communication, Journal of Communication*, Vol. 54 (4), p. 662-704, 2004.

**BUCCI**, Eugênio; **KHEL**, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. Coleção Estado de Sítio, Boitempo, 2004.

**BULLA**, Gustavo. *Televisión en los 60: la consolidación de un negocio de largo alcance*. In.: Guillermo Mastrini. *Mucho ruidos, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujia, 2009. **CANEL**, José Maria. *Comunicación Política: um guia para su estudio y práctica*. 2.Ed., Tecnos, Madrid, 2006.

**CALIFANO**, Bernadette. *Medios y Políticas de Comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007)*. Buenos Aires. Tesis de grado. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, diciembre de 2007.

**CAPARELLI**, Sérgio. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre, L&M. 1982.

- CARDOSO**, Fernando Henrique. Dependent Development: Theoretical and Practical Implications In: STEPAN, Alfred (Org.) *Authoritarian Brazil: Origen 's, Policies and Future*, New Haven, Conn.: Yale University Press. 142-176. 1973.
- CARLÓN**, Mario. Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos. Ediciones La Crujía, Tucumá, Buenos Aires, 2004.
- CARVALHO**, Rejane. Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política. Campinas, Pontes/UFC, 1999.
- CHARDON**, Maria Cristina (Coord.). Transformaciones del espacio público: los actores las prácticas, las representaciones. Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2011.
- COBB**, W.Roger; **ELDER**, V. Charles. The politics of agenda building: an alternative perspective for modern democratic theory. *Journal of Politics*, 33. 1971.
- COHEN**, Bernad C. The press and Foreign Policy, Princeton University Press, 1963.
- COLLING**, Leandro; **RUBIM**, Antonio Albino Canelas. Cobertura Jornalística e Eleições Presidenciais de 2006 no Brasil. In: ALAIC-2006.
- \_\_\_\_\_. (2000). O conceito de Espetáculo e o Telejornalismo. A seca e os saques do Nordeste no Jornal Nacional e as Eleições 98. In: **RUBIM**, Antonio Albino Canelas (Org.). *Mídia e Eleições 98*. Salvador, FACOM Edições, 2000.
- COOK**, Thimoty E. Making Laws and Making News. Media Strategies in the US House of Representatives, Washington, D.C. Brookings Institution. 1998.
- CONSTITUCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA**: Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre Declaración Universal de Derecho Humanos, España. Océano Grupo Editorial, 1997.
- CRESPO**, Ismael; **GARRIDO**, Antonio; **CARLETTA**, Ileana, **RIORDA**, Mario. *Manuel de Comunicación Política y Estrategias de Campana: Candidatos, Medios y Electores en una Nueva Era*. 1. Ed. Buenos Aires, Biblos, 2011.
- CURADO**, Olga. *A notícia na TV – o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.
- CURI**, Carlos Alberto. Néstor Kirchner: la construcción de poder 2003-2005. 1ª.Ed., Buenos Aires, Mesa Editorial, 2010.
- DAHL**, Robert. *Democratic theory*. Chicago, University of Chicago Press, 1956.
- DALLE**, Pablo. Estratificación social y movilidad en Argentina (1870-2010). *Revista de Trabajo*, Año 6, N° 8, Buenos Aires – Argentina, Enero/Julio 2010.

- DA SILVA HEBENBROCK**, Josuel Mariano. Eine Analyse des Investigativen Journalismus der brasilianischen Presse in der Zeitungen ‚O Globo‘ und Folha de ‚São Paulo‘. Magister Artium, Universitaet Hamburg, Hamburg/Deutschland, 2006.
- DA SILVA MACHADO**, Juremir. A miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia. 2ª Edição, Rio de Janeiro/Petrópolis, Editora Vozes, 2001.
- DEARING** James.; **ROGERS**, Everett. AIDS and the media agenda. En T. Edgar, M Fitzpatrick y V. Freimuth (Eds.), *AIDS: A communication perspective*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, p. 173-194. 1992.
- DEARING**, James; **ROGERS**, Everett. Communication concepts 6: Agenda-setting. Thousand Oaks, CA: Sage. 1996.
- DEBORD**, Guy. A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.
- DICKENSON**, John P. Brazil: Studies in Industrial Geography. England: West view Press, 1978.
- FARRÉ**, Marcela. El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual. Ediciones La Cruzía, Tucumá, Buenos Aires, 2004.
- FIGUEIREDO**, Lucas. Morcegos Negros: PC Farias, Collor, Máfias e a história que o Brasil não conheceu. Rio de Janeiro/ São Paulo, Editora Record, 2000.
- FILHO**, Evaristo; **LISBOA**, Gabriela. Jarbas e Serra abre campanha política no Estado, NE TV 2ª Edição, apresentado em: 28/5/2010.
- FUNKHOUSER**, Ray. G. The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 37 (1), p. 62-75. 1973.
- GOMES**, Wilson. Theatrum politicum 1. A encenação política dos mass media. In: A encenação dos sentidos, mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim. 1995.
- GAMSON**, William. Stable unrepresentation in American society. *American Behavioral Scientist*, 12, 1968.
- GANS**, Herbert J. Deciding what’s news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and time. Medill School of Journalism, Visions of the American Press, Northwestern University Press, Illinois, 2004.
- GARCIA**, José Luís (Org.). Introdução ao estudo dos jornalistas portugueses – Os Jornalistas e as contradições do capitalismo jornalístico no limiar do século XXI,

In: Estudos sobre os Jornalistas Portugueses – Metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI. ICS, Lisboa, 2009.

**GODING**, Peter; **ELLIOTT**, Philip. Making the news. Longman, London and New York, 1979.

**GREHAN**, Kevin. Gramsci cultura e antropologia, Pluto Press, London. 2002.

**HALL**, Stuart (org.) Representation. Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

**HEREDIA**, Beatriz; **TEXEIRA**, Carla; **BARREIRA**, Irllys. (Org.). Como se fazem eleições no Brasil. Rio de Janeiro, Relume Dumará. 2002.

**HERZ**, Daniel. A história secreta da Rede Globo: Sim, eu uso o poder. Porto Alegre, Tchê, 1987.

**HOFFENBART**, Richard. The study of public policy, New York, Merril, 1974.

**IGLESIAS**, Francisco. Historia Política de Brasil (1500-1964). Madrid, Editorial Mapfre, 1992.

**JARDIN**, André. Alexis de Tocqueville. Paris, Hachette. 1984.

**JARREN**, Otfried; **SARCINELLI**, Ulrich; **SAXER**, Ulrich (Hrsg.). Politische Kommunikation in der Demokratischen Gesellschaft: Ein Handbuch. 1. Auf. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2002.

**JOSÉ**, Emiliano. Imprensa e Poder: ligações perigosas. Salvador/São Paulo, EDUFBA/HUCITEC, 1996.

**JÚNIOR**, Gonçalo. O maestro da TV. Gazeta Mercantil, 30 dez., *Suplemento Fim de Semana*, p.1, 1998.

**KINGDON**, w. John. Agendas, alternatives and public policies. Boston, Little Brown, 1984.

**KITZBERGER**, Philip. La prensa y el gobierno de Kirchner frente a la oposición pública, en Argentina y Perspectiva, Buenos Aires, Argentina, La Crujía, 2005.

**KLAPPER**, Joseph Thomas. Efectos de la Comunicación de masas, Madrid, Aguilar. 1974.

**KLEINSTEUBER**. Hans J. Medien und Kommunikation im internationalen Vergleich: konzepte, methoden und befunde. In: Politische Kommunikation im

internationalen vergleich – Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven. Frank Esser, Barbara Pfetsch (Hrsg.), Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003.

**KUNCZIK**, Michael. Conceitos de Jornalismo: norte e sul. São Paulo: Edusp, 2002.

**KUNTZ**, Ronald A. Marketing Político: Manual de Campanha Eleitoral. 13. Ed, São Paulo, Global, 2010.

**LAGE**, Nilson. A reportage: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Editora Record, Rio de Janeiro e São Paulo, 2003.

**LANCE BENNET**, W. Gatekeeping and Press-Government Relations: a multigated model of news constructions, en **KAID**, Linda Lee (ed.) Handbook of Political Communication, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey. 2004.

**LANG**, Kurt; **LANG**, Gladys E. Los Masas Media y las Elecciones, 1966. In: **MORAGAS**, Miquel de. Sociología de la Comunicación de Masas: Propaganda Política y Opinión Pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1986.

**LATTMAN-WELTMAN**, Fernando; **DIAS CARNERIRO**, José Alan; **DE ABREU RAMOS**, Plínio. A imprensa faz e desfaz um presidente: o papel da imprensa na ascensão e queda do “fenômeno” Collor. Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira S.A. 1994.

**LAZARFELD**, Paul F.; **BERELSON**, Bernard; **GAUDET** Hazel. The People’s Choice. Nova Iorque: Columbia University Press, 1948.

**LIMA**, Venício. A. de. Os Mídia e a Política. In: Rua, M. das G. e Carvalho, I., orgs., O Estudo da Política: Tópicos Seleccionados. Brasília: Paralelo. 1998.

\_\_\_\_\_.Mídia, Crise Política e Poder no Brasil. São Paulo: Fundação Editora Perseu Abramo, 2006.

\_\_\_\_\_. Liberdade de expressão vs. Liberdade de imprensa – Direito à comunicação e democracia, São Paulo: Editora Publisher, 2010.

**LIPPMANN**, Walter. Public Opinion. Nova Iorque Free Press, 1922.

**LIPOVETSKY**, Gilles. O império do efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

**LOPES-ESCOBAR**, Estaban; **LLAMAS**, J.P.; **MCCOMBS**, Maxwell. Una dimensión social de los medios de difusión: agenda-setting y consenso, Comunicación y Sociedad, vol. IX, n° 1 y 2, p. 91-125, 1996.

**MACHADO**, Arlindo. A televisão levada a sério, 4ª ed. – São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2005.

- MACHADO**, C. Roméro. A fundação Roberto Marinho. Porto Alegre, Tchê, 1988.
- MAIA**, Rousieley; **SPÍNOLA**, Maria Ceres Pimenta (Org.). Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- MANTEGA**, Guido. Economia Brasileira em 2010. Brasília, Ministério da Fazenda. Relatório, abril de 2010.
- \_\_\_\_\_.Perspectiva da Economia Brasileira e Mundial: conselho de desenvolvimento, econômico e social. Brasília, Ministério da Fazenda. Relatório, 26 de abril de 2011.
- MARCONDES FILHO**, Ciro. Ser Jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.
- MARQUES DE MELLO**, José. Jornalismo opinativo, 3.Ed., Revista Ampliada, Editora Mantiqueira Campos de Jordão, São Paulo, 2003.
- MARTINCHUK**, Ernesto; **MIETTA**, /Diego. Televisión para periodistas: un enfoque práctico. 2.Ed., La Crujía, Buenos Aires, 2007.
- MASTRINI**, Guillermo (Editor). Mucho ruido, pocas leyes, 2. Ed., La Crujía, Buenos Aires, 2007.
- \_\_\_\_\_. El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada Argentina. In.: Guillermo Mastrini. Mucho ruidos, pocas leyes, Buenos Aires, La Crujia, 2009.
- MATTELART**, Armand. Comunicação-Mundo. Petrópolis: Vozes, 1999.
- MATTOS**, Sérgio. História da Televisão Brasileira: uma visão econômica, social e política. 4ª Edição, Petrópolis, Editora Vozes, 2009.
- MAZZOLENI**, Gianpietro. La Comunicación Política. Madrid, Alianza Editorial. 2010.
- MCCOMBS**, Maxwell E. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. Cambridge: Polity Press, 2004. Traducción española de Osca Fontrodona. Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Madrid: Paidós, 2006.
- MCCOMBS**, Maxwell E; **ZHU**, Jian-Hua. Capacity, diversity and volatility of the public agenda: trends form 1954 to 1995, *public opinion quarterly*, n° 59 (4), p.495-535. 1995.
- MCQUAIL**, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona, Paidós.

- MCLUHAN**, Marshall (1972). *A Galáxia de Gutemberg*, São Paulo, Editora Nacional.
- MILLER**, George A. The magic number seven, plus or minus two: some limits on our capacity for processing information, *Psychological Review*, 63, 1956. 8197.
- MOCHKOFISKY**, Graciela; **PASQUINI**, Gabriel. *Caso Cóppola, una Crónica de Fin del Menemismo*. Ed. Sudamericana, Neuquén - Argentina, 2007.
- MOKE**, Markus. *En Campaña: Wahlkampf in Chile zwischen Modernität und Tradition*. Medien & Politik, Muster, LIT - Verlag, 2004.
- MORAIS**, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil - a vida de Assis Chateaubriand, um dos brasileiros mais poderosos deste século*. Companhia das Letras, São Paulo, 1994.
- MORRONE**, Rodolfo; **DE CHARRAS**, Diego. El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista. In.: Guillermo Mastrini. *Mucho ruidos, pocas leyes*, Buenos Aires, La Crujia, 2009.
- MUÑOZ ALONSO**, Alejandro. Campañas electorales y medios de comunicación. In: \_\_\_\_\_. *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios en la vida política*. Madrid, Fundesco, 1990.
- NEVES**, Flora. *O Jornal Nacional e as Eleições Presidenciais 2002 e 2006*. Tese doutoral, São Paulo, USP. 2007.
- \_\_\_\_\_. *Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais*, São Paulo, Summus. 2008.
- NILSEN**, Jorge. *Televisión Argentina 1951/75: la información*, Buenos Aires, Ediciones de Jilguero. 2003.
- NOGUEIRA**, Armando. *Telejornalismo I: A experiência da Rede Globo*. In: *TV ao Vivo: Depoimentos*: São Paulo, *Brasiliense*, p. 81-82. 1988.
- NORRIS**, Pippa. *Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press. 2000.
- \_\_\_\_\_. ¿Un Círculo Virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias posindustriales, *Revista Española de Ciencia Política*, N° 4, pp. 7-33, 2001.
- ORTEGA**, Felix. *La Política Mediatizada*. Madrid, Alianza Editorial. 2011.
- PARK**, Robert. *The City*. Chicago: University of Chicago, 1984.
- PATERNOSTRO**, Vera Íris. *O texto na TV: Manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro. 1999.

- PENA**, Felipe. O Repórter de Tv foi atropelado. Discurso, mediação e construção da notícia. Disponível em <[www.felipepena.com/artigos/artigos.html](http://www.felipepena.com/artigos/artigos.html)>, acessado em 20 de julho de 2007.
- PENA**, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2005.
- PERLOFF**, Richard. M. Agenda-setting, Political Communication. Politics, Press and Public in America, London, Erlbaum. 1998.
- PERÓN**, Juan Domingo. Doctrina Peronista. Buenos Aires, CS Ediciones, 2005.
- PINTO**, Ricardo, G. F. Eleições Presidenciais 2010: Ruptura ou Consolidação do Pacto Social? Belo Horizonte, *Em Debate*, v.2, n.5, mai, p.12-14. 2010.
- PLASSER**, Fritz; **PLASSER**, Gunda. Globalisierung der Wahlkämpfe: Praktiken der Campaign Professionals im Weltweiten Vergleich. Wien WUV – Universitätsverlag, 2003.
- RAMOS SERRANO CALEIRO**, Maria Estrela. Para um estudo do jornalismo em Portugal (1976-2001): padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais. Tesis Doctoral en Sociologia, Lisboa, ISCTE, 2005.
- RODRÍGUEZ DÍAZ**, Raquel. Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria. España, A.F. Alaminos, 2004.
- RODRIGUES**, Valter A. Toque da mídia: subjetividade no espaço mediático. In: *Comunicação e Política*, nº 22,23,24,25. São Paulo Cebela, 1990.
- REZENDE**, Guilherme Jorge de. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. São Paulo, Summus, 2000.
- RUBIM**, Antonio Albino Canelas. Mídia e política no Brasil. João Pessoa, Editora UFPB, 1999.
- \_\_\_\_\_. Mídia e Eleições 98. (Org.), Edições FACOM, Editora UFPB, 2000.
- RUIZ**, Fernando. Fronteiras em movimento: caos e controle na relação entre mídia e os políticos na América Latina. In: SORJ, Bernardo. (Org.). Poder Político e meios de comunicação: representação política ao reality show. São Paulo, Paz e Terra, 2010.
- SANT'ANNA**, Armando; **JÚNIOR**, Ismael Rocha; **DABUL GARCIA**, Luiz Fenando. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática. 8º Edição revisada, São Paulo, Cengage Learning, 2009.
- SANTA RITA**, Chico. Batalhas eleitorais: 25 anos de Marketing Político. São Paulo, Geração Editorial, 2002.

- SANTOS**, Roberto Elísio dos. As teorias da Comunicação. Da fala a Internet. (Coleção comunicação – estudos), São Paulo, Paulinas, 2003.
- SAPERAS**, Erinc. Os efeitos cognitivos da Comunicação de Massas: as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas – 1970/1986. Trd. Fernando Trindade. Edições Asa, 1987.
- \_\_\_\_\_. La Sociología de la Comunicación de Massas en los Estados Unidos: una introducción crítica. Escuela Superior de Relaciones Públicas, Barcelona. 1992.
- SCOLESE**, Eduardo; **NOSSA**, Leonencio. Viagens com o presidente: dois repórteres no enalço de Lula do Planalto ao exterior. São Paulo: Record, 2005.
- SCHATTSCHNEIDER**, Elmer, Erick. The semi-sovereign people, New York, Holt, 1960.
- SCHOPENHAUER**, Arthur. Como vencer um debate sem precisar ter razão. Trad. Daniela Caldas e Olavo de Carvalho, Rio de Janeiro, Topbooks, 1997.
- SCHWARTZENBERG**, Roger-Gérard. O estado espetáculo. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- SEL**, Susana. (Compiladora). La Comunicación Mediatizada. Buenos Aires, Clacso. 2009.
- SIMON**, Hebert A. Political research; the decision-making framework. In: Easton, David (ed.). Varieties of political theory, New Jersey, Prentice-Hall, 1966.
- SIMON**, Neil. The Odd Couple, New York, Random House. 1966.
- SIRVÉN**, Pablo. Quién te ha visto y quién TV: historia informal de la televisión argentina. Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1988.
- \_\_\_\_\_. El Rey de la TV, Buenos Aires, Clarín – Aguilar. 1996.
- SKIDMORE**, Thomas, Brasil: de Castelo a Tancredo. São Paulo: Paz e Terra, 1988.
- SMITH**, Tom W. America's most important problem; A trend analysis, 1946-1976, *Public Opinion Quarterly*, n. 44, p. 164-180. 1980.
- SODRÉ**, Muniz. O monopólio da Fala, Petrópolis, vozes, 1977.
- \_\_\_\_\_. Werneck. História da Imprensa no Brasil. 4ª Edição, Rio de Janeiro, Mauad, 1999.

- SORJ**, Bernardo (Org.). Poder Político e Meios de Comunicação; da representação política ao reality show. São Paulo, Paz e Terra, 2010.
- SOUZA**, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó Argos, 2002.
- SPARROW**, B.H. Uncertain Guardians. The News Media as a Political Institution, Baltimore, Md., Johns Hopkins University Press. 1999.
- STROHMEIER**, Gerd. Moderne Wahlkaempfe: wie sie geplant, gefuert und gewonnen werde. Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 2002.
- TAKAHASHIT**, Tadão. Diversidade cultural e direito à comunicação. Pensar Iberoamérica: *Revista de Cultura*, nº. 6. OEI. Madri. Maio-agosto de 2004.
- THESING**, Josef; **HOFMEISTER**, Wilhelm. Medios de Comunicación, Democracia y Poder, Konrad Adenauer-Stiftung. CIEDLA, 1995.
- THOMPSON**, John B. O escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia, Petrópolis/ Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2002. Trad. Padrinho A. Guareschi. (Tít. Orig). Political Scandal – Power and visibility in the media age. 2000.
- \_\_\_\_\_. Mídia e Modernidade. Petrópolis: Vozes, 2001.
- TRAQUINA**, Nelson. Teorias do jornalismo. Florianópolis: Unisul, 2004.
- TRAQUINA**, Nelson. O paradigma do ‘Agenda-Setting’. Redescoberta do poder do jornalismo. 1995. In: Comunicação e Política. Mário Mesquita (Org.). *Edições Cosmos*, v. 21-22, p. 189-221, 1995.
- TRAQUINA**, Nelson. O estudo do Jornalismo do Século XX. São Leopoldo –RS, UNISINOS, 2001.
- TUCHMAN**, Gay. (Org.), Nelson Traquina. La sociología de las noticias: estudio sobre la construcción de la realidad, Barcelona, Gilli, 1983.
- ULANOVSKY**, Carlos; **SIRVÉN**, Pablo. ¡Qué Desastre La TV! Pero como me gusta! Argentina desde la pantalla 1999-2009.
- VEYNE**, Paul. “Tudo é histórico, logo a história não existe’ in: \_\_\_\_\_. Como se escreve a história. 70ª ed. Lisboa: 1983, p. 27-45.
- VERÓN**, Eliseo, Construir El Acontecimiento, Buenos Aires, Gedisa, 2002.
- WALGER**, Sylvina; **ULANOVSKY**, Carlos. TV Guia Negra, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1974.
- WALKER**, Jack. A critique of the elitist theory of democracy. *American Political Science Review*, 60. 1966.

**WOLF, Mauro.** Los Efectos sociales de los Media. Barcelona, Buenos Aires. México. Paidós. 1994.

\_\_\_\_\_. Investigación de la Comunicación de Masa. Barcelona, Paidós, 2002.

\_\_\_\_\_. Teorias da Comunicação de Massa, São Paulo, Martins Fontes, 2003.

**ZARINI, Helio Juan.** Constitución Argentina. Comentada y concordada. Texto según reforma de 1994. 3ª. reimpression. Buenos Aires: Astrea. 2004.

**ZUKERNIK, Eduardo.** Periodismo y Elecciones: los riesgos de la manipulación. Konrad Adenauer-Stiftung, Tucumán, La Crujia, 2002.

\_\_\_\_\_. Hechos y noticias: claroscuros de la prensa gráfica en la Argentina. Buenos Aires, La Crujía: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2009.

## **7.1. Artículos Científico**

**BLUMLER, Jay G.** Nouvelles orientations de la recherche dans le domaine des campagnes electorales, *Études des Radio-Télévision*, n.27, 1977.

**COHEN, Bernad.** Press and Foreign Policy. Princeton, N.J. University press. 1963.

**ENTMANN, Robert.** Framing: Toward Clarification of a fractures paradigm, in M. Levy and Gurevitch, eds. *Defining Media Studies*. New York: Oxford University. 1997.

**EKECRANTZ, Jean.** Espectáculos Mediatizados y la Comunicación Democráticas – entre la hegemonía global e la acción cívica. In: MAIA, Rousieley; SPÍNOLA, Maria Ceres Pimenta (Org.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

**EPSTEIN, Edward Jay.** The Selection of Reality, In.: Abel, E. (ed.), *What's News: The Media in American Society*, *Institute for Contemporary Studies*, San Francisco, 119-132. 1981.

**GARBARINO, Andrea.** La normatizzazione dei gionalisti. Ipotesi sugli esiti della socializzazione professionale negli apparati dell'informatizzazione, *sociologia dell'organizzazione*, 7-53. 1982

**McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald L.** The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: *Public Opinion Quartely*, Vol. 36, spring, 1972.

**McCOMBS**, Maxwell; **SHAW**, Donald L. Setting the Political Agenda: Structuring the 'Unseen Environment', Syracuse University, 1974.

**McCOMBS**, Maxwell; **SHAW**, Donald L. The Agenda-Setting Function of the Press. In: The Emergence of American Political Issues, The Agenda-Setting Function of the Press, St. Paul. MN, West Publishing Co, 1977.

**MENDONÇA JORGE**, Thaís de. A notícia e os valores-notícia. O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa. UnB, DF. UNIrevista - Vol. 1, nº 3, julho. 2006.

**MESQUITA**, Mário. A problemática dos direitos das pessoas na perspectiva das estratégias e da retórica da Comunicação Social. In: Os direitos das pessoas e a comunicação. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

**NEVES**, Flora; **CARVALHO**, Rodrigo; **DINES**, Alberto. Análise da Cobertura Jornalística na Eleição presidencial de 2010. IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011. Compolítica – Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/.pdf>. Acesso en: 07.12.2012.

**ROSITI**, Franco. L'analisi di contenuto come interpretazione. *Quaderni del Servizio Opinioni*, n.19, Rai, Roma. 1970.

**SOUSA**, Florentina das Neves. O jornal nacional e as eleições presidenciais – 2002 e 2006. Tese Doctoral, ECA- USP –Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. 2007.

**RUBIM**, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais no Brasil e na Argentina, [http://www.cult.ufba.br/arquivos/politicas\\_culturais\\_Brasil\\_Argentina.pdf](http://www.cult.ufba.br/arquivos/politicas_culturais_Brasil_Argentina.pdf). Acesso en: 30.03.2012.

**RUBIM**, Antonio Albino Canelas. A contemporaneidade como Idade Mídia. 2000. Publicado no V Congresso da ALAIC. Santiago do Chile, abril de 2000.

**RUBIM**, Antonio Albino Canelas. Comunicação Espaço Público e Eleições Presidenciais. In: *Comunicação e Política*, Vol. 9. São Paulo: 1999.

## **7.2. Artículos de la prensa argentina**

### **7.2.1. La Nación**

**ARMENDARIZ**, Alberto, Los indignados brasileños: Se moviliza Brasil contra la corrupción. La Nación, Política, Rio de Janeiro. 08.8.2011.

---

\_\_\_\_\_. Otra massiva protesta en Brasil contra la Corrupción. La Nación, Política, São Paulo. 09.8.2011.

\_\_\_\_\_. Brasil se reinventa con obras de infraestructura. La Nación, Política, Río de Janeiro. 14.8.2011.

**BALINOTTI**, Nicolas. Brasil pidió proteger recurso. La Nación, Política, Buenos Aires. 10.8.2011.

\_\_\_\_\_. La cruzada de Rousseff contra la corrupción amenaza su coalición. La Nación, Política, Buenos Aires. 10.8.2011.

**BECERRA**, Martín. Una Ley de medios producto del consenso. La Nación, Política, Buenos Aires. 14/8/2011.

**BOSSI**, Jesica. La complicada misión de reemplazar a Néstor Kirchner. La Nación, Política, Buenos Aires. 14/8/2011.

**EL CENARIO**, Insolvencia de los rivales. Columna Política. La Nación, Política, Buenos Aires. 4/8/2011.

\_\_\_\_\_, La pelea decisiva, Columna Política. La Nación, Política, Buenos Aires. 7/8/2011.

**EL PULSO POLÍTICO**, Agitado fin de Campaña, Columna Política. La Nación, Buenos Aires. 5/8/2011.

\_\_\_\_\_, Mitos y verdades de las primarias, Columna Política. La Nación, Buenos Aires, Política, 8/8/2011.

**JUÁREZ**, Paula. Ya se habla del estilo “K” en la Casa Rosada. La Nación, Política, Buenos Aires. 1/6/2003.

**LUCESOLE**, Maria, Jose. Kirchner jugó al misterio en una entrevista televisiva. La Nación, Política, Buenos Aires. 8/5/2009.

**MARIOTO**, Gabriel. El Gobierno pide por la ley de los medios, La Nación, Política, Buenos Aires. 17/8/2011.

**MENEM**, Carlos. Las sillas vacías de Angeloz., La Nación, Política, Buenos Aires. 10/5/1989.

**NAVARRO**, Mário. Cristina Constroi un mausoleu para el marido muerto. La Nación, Política, Buenos Aires. 3/8/2011.

**OBARRIO**, Mariano. Sindicalista se aproxima del partido FAP. La Nación, Buenos Aires, Política, 11/8/2011.

\_\_\_\_\_. Cristina busca superación. La Nación, Buenos Aires, Política, 14/8/2011.

**REINOSO**, Susana. Kirchner prorrogó las licencias de Radio y TV. La Nación, Buenos Aires, Cultura, 21/5/2005.

**ROSEMBERG**, Jaime. Macri Aplastante. La Nación, Buenos Aires, Política, 1/8/2011.

\_\_\_\_\_. Macri apoyará a un candidato opositor. La Nación, Buenos Aires, Política, 2/8/2011.

**SERRA**, Laura. Córdoba capta atención nacional, La Nación, Buenos Aires, Política, 6/8/2011.

**SIRVÉN**, Pablo. El canal preferido. Buenos Aires, La Nación, Política. Buenos Aires. 8/5/2009.

**VENERADA**, Marcelo. El modelo kirchnerista se está derrumbando. La Nación, Buenos Aires, Política, 6/8/2011.

**VERÓN**, Mariana. La estrategia electoral del oficialismo y la oposición. La Nación, Buenos Aires, Política. 9/8/2011.

\_\_\_\_\_, La casa rosada apuesta por un gesto de último minuto. La Nación, Buenos Aires, Política, 10/8/2011.

\_\_\_\_\_, 10 convidatos y un solo objetivo: la casa rosada. La Nación, Buenos Aires, Política, 13/8/2011.

\_\_\_\_\_. Arrasó Cristina Kirchner y quedó a un paso de la reelección. La Nación, Buenos Aires, Política, 15/8/2011.

**YABARRA**, Gustavo. Cristina habla sobre efecto de la crisis. La Nación, Buenos Aires, Política, 12/8/2011.

### **7.2.2. Clarín**

**CURIA**, Walter. Alta participación y un rotundo apoyo a Cristina. Clarín, Buenos Aires, Política. 15/08/2011.

**BILDEGARAY**, Martín. Los empresarios, expectantes entre las elecciones y Brasil. Clarín, Mar de Plata, Política. 11/8/2011.

\_\_\_\_\_. Por Brasil, temen que la economía argentina crezca menos este año. Clarín, Buenos Aires, Política. 3/8/2011.

**CARIOTO**, Luis. Cristina vence las primarias con 50,03%. Clarín, Buenos Aires, Política. 15/8/2011.

**CERRIOTO**, Luis. Giogi se suma a Brasil para proteger más a la industria. Clarín, Buenos Aires, Política. 5/5/2011.

\_\_\_\_\_. Preocupación empresaria por la devaluación de Brasil. Clarín, Buenos Aires, Política. 2/8/2011.

**DUBON**, Laura. Votante desconocen reglas. Clarín, Buenos Aires, Política. 7/8/2011.

**FERREYRA**, Luigi. Falta de las boletas. Clarín, Buenos Aires, Política. 10/8/2011.

**GOSMAN**, Eleonora. Empresarios brasileños: fuerte reclamo a Cristina. Clarín, São Paulo, Política. 7/8/2011.

**LINESKY**, Marina. El cierre de las campañas de los candidatos. Clarín, Buenos Aires, Política. 11/8/2011.

\_\_\_\_\_. Subsecretario pide ayuda financiera a la ANSES. Clarín, Buenos Aires, Política. 12/8/2011.

**MAULL**, Leonardo. La veda oficial. Clarín, Buenos Aires, Política. 9/8/2011.

**MINDEZ**, Leonardo. Casa Rosada busca acordó con De la Sota. Clarín, Buenos Aires, Política. 8/8/2011.

**NAVARRO**, Mario. Locales de votación. Clarín, Buenos Aires, Política. 13/8/2011.

**OÑA**, Alcadio. Pesan la soja y Brasil, pero la clave está en las decisiones de Cristina. Buenos Aires, Clarín, 07.08.2011.

\_\_\_\_\_. Argentina y Brasil, sacudidos por la invasión de productos chino. Buenos Aires, Clarín. 08.08.2011.

**ROA**, Ricardo. La manía K de culpa a los medios. Clarín, Buenos Aires, Política. 2/8/2011.

\_\_\_\_\_, Conflictos Sociales en Jujuy. Clarín, Buenos Aires, Política. 3/8/2011.

**SLOBAYEN**, Ignacio. Jubilación como acto propagandístico. Clarín, Buenos Aires, Política. 4/8/2011.

\_\_\_\_\_. Subida de jubilación es cuestionable. Clarín, Buenos Aires, Política. 5/8/2011.

\_\_\_\_\_. Cristina pide a Ocaña por líder bancario. Clarín, Buenos Aires, Política. 6/8/2011.

**THIEBERGER**, Mariano. La presidenta felicitó a Macri, Clarín, Buenos Aires, Política. 1/8/2011.

**YANG**, Gerardo; **Navarro**, Mario. La espera por la casa rosada. Clarín, Buenos Aires, Política. 14/8/2011.

## **7.3. Artículos de la Prensa Brasileña**

### **7.3.1. Folha de São Paulo**

**CABRAL**, Otávio. A praticamente um mês das eleições. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 13/8/2010

**CARDOSO**, Daiani. Crítica ao PT será antiético. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 11/8/2010.

**COSTA**, Breno. Dilma falta a debate político e ofende eleitores. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 9/8/2010.

**FRANCO**, Bernardo. Candidatos preparam-se para JN no Ar. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 1/8/2010.

**LO PRETE**, Renata. Propostas ficam de fora de debate eleitoral. Folha de São Paulo, Poder, 26.10.2010.

**MACHADO**, Uirá. Números desencontrados. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 8/8/2010.

**MARINHEIRO**, Vaguinaldo. Brasil é o 69º em ranking de percepção de corrupção. Folha de São Paulo, São Paulo, 27.10.2011.

**ODILLA**, Fernanda. Violação de dados fiscais. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 15/8/2010.

**PAIVA**, Luiz. Debate político não abre nova fase de campanha. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 1/8/2010.

**PATU**, Gustavo. Dilma distorce números e Serra faz críticas periféricas. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 7/8/2010.

**RODRIGUES**, Fernando. Depois do horário eleitoral petista chega a 47% e o sociodemocrata 30%. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 4/8/2010.

**SANTOS**, Josué. Comentários do Debate. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 12/8/2010.

**SATO**, Ricardo. Os candidatos querem evitar choque direto no debate. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 2/8/2010.

\_\_\_\_\_, PT fabrica dossier contra candidatos do PSDB. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 3/8/2010.

**SOUZA**, Leonardo. Dossier do PT aponta dados fiscais. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 14/8/2010.

**TAVARES**, Laercio. Dilma mãe dos Brasileiros. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 5/8/2010.

\_\_\_\_\_. Dilma se explica diante dos eleitores. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 10/8/2010.

**VILLA**, Marco Antonio. Propaganda Coberta. Folha de São Paulo, São Paulo, Coluna Brumário, Política. 5/8/2010.

**ZAMBELI**, Fabio. O protexto contra a Rede Globo. Folha de São Paulo, São Paulo, Política. 6/8/2010.

### **7.3.2. O Globo**

**ANDRADE**, Ander. Candidato do PSDB mostra-se confiante e educado. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 12/8/2010.

\_\_\_\_\_. TREs – Antecedentes penais. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 13/8/2010.

**ASSUPÇÃO**, Moacir. Lula se destaca em várias províncias. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 7/8/2010.

**BORGES**, José Diogenes, Ministro é objeto de investigação. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 1/8/2010.

\_\_\_\_\_. Filha do ministro Mantega se envolve em escândalo, O Globo, Rio de Janeiro, Política. 3/8/2010.

**CASAGRANDE**, Douglas. Meio Ambiente é tema de entrevista no JN. O Globo, Rio de Janeiro. 11/8/2010.

**DEL GADO**, José. Registro em cartório e relações familiares vai de encontro a versão do PT. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 4/8/2010.

\_\_\_\_\_, Documentações para votação. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 5/8/2010.

**FERREIRA**, Flávio. Dossier do PT – Ficha Limpa. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 14/8/2010.

\_\_\_\_\_, Dossier do PT – Fabricação de Documentos. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 15/8/2010.

**FRAGA, Rosendo.** Cristina, agora, no papel principal. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 28/10/2010.

**OLIVEIRA, Andrea.** Dilma ganha nas intenções de votos, O Globo, Rio de Janeiro, Política. 6/8/2010.

\_\_\_\_\_. O beijo gay. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 9/8/2010.

**SOUZA, Andre.** Campanha Política na TV. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 8/8/2010.

**ZAFARELLI, André.** Dossier do PT. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 2/8/2010.

\_\_\_\_\_, Entrevista no JN mostrará outro lado de Dilma. O Globo, Rio de Janeiro, Política. 10/8/2010.



## **8. ENTREVISTAS**

### **BRASIL**

**AITH**, Marcio, Asistente de Contenido, São Paulo, entrevistado en: 03.03.2012.

**ALVAREZ**, Juan, São Paulo, Reportero – Estadão, São Paulo, entrevistado en: 22.01.2012.

**CALDAS**, Suely, Reportero – Estadão, São Paulo, entrevistada en: 22.01.2012.

**DUARTE**, Alec, Editor-Adjunto – Folha/UOL, São Paulo, entrevista en: 05.09.2010.

**FILHO**, Evaristo, Reportero - Globo, Recife, entrevista en: 11.05.2012.

**JANONI**, Alessandro, Revisor – Datafolha, São Paulo, entrevistado en: 04.09.2010.

**LISBOA**, Gabriela, Reportero - Globo, Recife, entrevista en: 15.05.2012.

**MONTENEGRO FILHO**, Sérgio, Jornalista, São Paulo, entrevistado en: 12.11.2011.

**NETO CUNHA**, Paulo, Coordinador de Campaña, São Paulo, entrevistado en: 21.01.2012.

**SILVIA**, Amorim, Asistente de Contenidos, São Paulo, entrevistada en: 12.01.2012.

**SOTTELO**, Asesor de Comunicación, São Paulo, entrevistado en: 13.12.2011.

**SOUTO MAIOR FONTES**, Breno Augusto, Investigador – UFPE, Recife, entrevistado en: 12.12.2010.

**ZAIDAN FILHO**, Michel, Investigador – UFPE, Recife, entrevistado en: 14.10.2010.  
21.01.2012.

### **ARGENTINA**

**BECERRA**, Martin, Profesor-Investigador-UBA, Buenos Aires, entrevistado en: 12.01.2012.

**BLANCO**, Lucia, Asistente de Contenido, Buenos Aires, entrevistada en: 12.12.2011.

**BLANCO**, Mariano, Diseñador y Publicitario –Asistente de Contenido-FPV, Buenos Aires, entrevistado en: 16.01.2012.

**CAICEDO**, Juan, Periodista -Pagina 12, Buenos Aires, entrevistado en: 27.09.2011.

**CASTELLI**, Milva, Productora-Telefe Noticia, Buenos Aires, entrevistada en: 18.10.2011.

**DEL GADO**, Maria, Productora de Contenidos- FPV, Buenos Aires, entrevistada en: 19.01.2012.

**MASTRINI**, Guillermo, Profesor-Investigador-UBA, Buenos Aires, entrevistado en 20.10.2011.

**MORENO**, Joaquim, Periodista-Equipo de Comunicación-FAP, Buenos Aires, entrevistado en: 15.01.2012.

**NICOLINE**, Miguel, Investigador –UNA, Buenos Aires, entrevistado en: 27.02.2013.

**PANIZZA**, Guillermo, Reportero y Productor, Buenos Aires, entrevistado en: 20.10.2011.

**PEREYRA**, Rubén, Reportero –Revista -Veintitres, Buenos Aires, entrevistado en: 17.01.2012.

**SAUTU**, Ruth, Profesora-Investigadora-UBA, Buenos Aires, entrevistada en: 07.10.2011.

**VENTURA**, Adrián, Articulista-La Nación y Profesor-UBA, São Paulo, entrevistado en: 03. 03.2010.



## **9. PELÍCULAS**

**ALDÉ**, Alessandra; **FERRAZ**, Vicente. Arquitetos do Poder, Produção Brasil (IUPERJ, URCA Filmes, Voxpopuli), 2007.

**MOREIRA**, S. João. Enteatros, Documentário produção Brasil. Filmes 2004.



## **10. ANEXO: Programas de Gobiernos**