



Medios y política en Brasil durante los gobiernos de Lula y Dilma *

*Ariel Alejandro Goldstein ***

Resumen

Desde una mirada panorámica, a partir del análisis de las iniciativas gubernamentales desplegadas, de ciertos documentos de los actores involucrados, así como de entrevistas realizadas, este trabajo se propone reconstruir las principales tensiones enfrentadas, durante las presidencias de Lula y Dilma, entre los medios de prensa más importantes y el gobierno brasileño. En este sentido, se sugiere que mientras el gobierno de Lula mantuvo una oscilante relación entre momentos de mayor tensión y otros de cierto equilibrio inestable, el gobierno de Dilma se ha caracterizado por una posición más consensual hacia este sector, la cual ha supuesto una reducción de las posibilidades de acción política gubernamental y de la materialización de históricas reivindicaciones partidarias respecto de una mayor regulación del mercado. En cierta medida, puede sostenerse que el gobierno brasileño, una vez recuperado cierto equilibrio modelado por un liderazgo presidencial de alta popularidad (Lula), con demostrada capacidad en 2006 para sobreponerse a una cobertura adversa de los medios de comunicación, escogió una administración del conflicto con este sector a partir de posponer las demandas de regulación del sistema de medios a cambio de obtener una reducción de las críticas de los medios hacia el gobierno.

Palabras clave: Medios, política, Lula, Dilma, Brasil.

* Agradezco profundamente a los evaluadores anónimos de la Revista Cuestiones Políticas por los valiosos comentarios y sugerencias que sin duda han enriquecido este trabajo.

** Sociólogo (UBA). Becario del Conicet en el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC-Facultad de Ciencias Sociales-UBA). arielgoldstein@hotmail.com.

Media and Politics in Brazil during the Governments of Lula and Dilma

Abstract

From a panoramic perspective, starting with an analysis of the governmental initiatives displayed, certain documents from the actors involved, as well as interviews carried out, this work proposes to reconstruct the main tensions faced between the most important press media and the Brazilian government during the administrations of Lula and Dilma. The study suggests that while the government of Lula sustained an oscillating relationship between moments of greater tension and others of an certain unstable balance, Dilma's government has been characterized by a more consensual position toward this sector, which has supposed a reduction of the possibilities for governmental political action and the materialization of historical, partisan claims with regard to greater regulation of the market. It could be stated that the Brazilian government, once it recovered a certain equilibrium modeled by the very popular presidential leadership of Lula, with a demonstrated capacity in 2006 to overcome to adverse media coverage, choose an administration of conflict with this sector when the demands for media system regulation were delayed in exchange for a reduction in media criticism of the government.

Key words: Media, politics, Lula, Dilma, Brazil.

Introducción

La llegada en enero de 2003 al Palacio del Planalto de un líder nordestino de origen popular por el Partido de los Trabajadores (PT), supuso un importante recambio en la composición social de las elites políticas brasileñas¹. En una sociedad marcada por históricas desigualdades estructurales y una política conducida a través de acuerdos de élites, su acceso a la presidencia implicó una inédita democratización social del poder político, por primera vez representado en la figura de un presidente que había conocido la experiencia de la miseria (Singer, 2012). Esta democratización social del poder político, así como el recambio que se produjo en las elites gubernamentales, condensaron en la figura de Lula tan-

1 Según el historiador Lincoln Secco (2011), en su libro *Historia do PT*, el Partido de los Trabajadores resulta, dentro de las fuerzas políticas brasileñas, aquel con mayor composición parlamentaria de trabajadores dentro de sus filas.

to las expectativas de sus partidarios, como el rechazo y los cuestionamientos de sus opositores.

El nuevo proceso político que comenzaba sería percibido con desconfianza por ciertos grupos tradicionales de los sectores dominantes. Encontró opositores en las elites políticas tradicionales, en ciertos grupos económicos empresariales radicados en San Pablo, así como en ciertos medios de comunicación de importante audiencia. Podría sugerirse que, a partir de su llegada a la presidencia, la presencia de Lula como máxima autoridad nacional actualizó, según el periodista Elio Gaspari, la *demofobia* de ciertos grupos de poder en el país que percibían el ascenso de Lula, especialmente aquel punto donde confluían su trayectoria política y su biografía personal, como un cuestionamiento del naturalizado lugar de privilegio que estos grupos ocupaban en la sociedad. Los medios de comunicación, concentrados en unos pocos grupos familiares que detentan la propiedad cruzada de los principales periódicos, revistas y canales de televisión (Azevedo, 2008) ejercerían una importante posición en representación de estos intereses.

Existe en Brasil una situación de oligopolización de los medios, producida desde la dictadura militar, que involucra una trama densa de relaciones con las elites políticas regionales (Rubim y Colling 2006; Lima 2006). A su vez, unos pocos grupos familiares detentan la propiedad cruzada de los principales diarios, revistas y canales de televisión, lo que supone una reducción de la diversidad en la confrontación de opiniones y un estrechamiento del debate público (Azevedo, 2008). Por su parte, Rovai (2007: 117-118) señala que:

...se destacan la Editora Abril, las Organizaciones Globo y el grupo O Estado de S. Paulo. En conjunto con el grupo *Folha da Manhã*, que también tiene el control accionista del mayor proveedor de internet del país, Universo On Line (UOL), esas cuatro organizaciones mediáticas, al menos desde la redemocratización del país, han pautado la agenda periodística principalmente desde el punto de vista político.

Eso no está relacionado solamente a la inserción real que sus medios tienen, sino principalmente al hecho de que los cuatro conglomerados, aunque compiten, repiten las noticias unos de los otros.

La gran prensa brasileña, dirigida a las elites, la clase media urbana (Fonseca, 2005) y los formadores de opinión, tiene circulación especialmente en el eje Río de Janeiro-San Pablo, a diferencia de la masiva audiencia nacional que posee la televisión en el sistema de medios (Azevedo, 2006). Como plantea Azevedo (2006: 29):

...orientada para la elite y para los formadores de opinión, estos periódicos compensan la baja penetración en las clases populares con una gran capacidad de producir agendas, formatear cuestiones e influenciar percepciones y comportamientos tanto en el ámbito político-gubernamental como en el público en general, este último a través de los líderes de opinión o a través de la repercusión de la línea de los periódicos en la televisión abierta.

Durante la dictadura brasileña (1964-1985), las relaciones de los grupos de medios más importantes en complicidad con el régimen militar permitieron una capitalización de los primeros y su adquisición de posiciones dominantes en el mercado de medios (Pilagallo, 2012). En este sentido, podemos mencionar al *Grupo Globo*, al *Grupo Abril* y al *Grupo Folha*.²

Las tensiones entre el Partido de los Trabajadores y los más importantes medios de comunicación comenzaron justamente a fines de la dictadura, a partir de la emergencia de Lula como líder sindical y político. Por el contrario de lo que podría esperarse, cuando surge el liderazgo de Lula como parte del nuevo sindicalismo que se va gestando en el ABC paulista en las huelgas anti-dictatoriales de 1978, la prensa interpreta su aparición como la de un líder conciliador, y por eso obtiene por parte de ésta un tratamiento elogioso. Según Paraná (2010):

2 “La estructuración de este escenario mediático a lo largo de la transición no transcurrió sin que emergieran voces críticas desde la sociedad. La reacción a la creciente promiscuidad entre política conservadora y medios cristalizó primeramente en la movilización –liderada por periodistas, intelectuales, académicos (especialmente en la Universidad Nacional de Brasilia) y la prestigiosa Orden de Abogados del Brasil (OAB) – durante el proceso que derivó en la Constitución de 1988. Luego de un accidentado proceso, este intento de incidencia, centrado en torno a la creación de un organismo regulador autónomo, tuvo un éxito parcial plasmado en el capítulo 5 de la nueva constitución” (Kitzberger, 2013: 8).

Los empresarios más liberales desempeñaban su papel: no estaban poniendo en riesgo sus intereses económicos, por el contrario, querían mejorar las relaciones de trabajo en los estrictos moldes del sistema capitalista. Para eso era preciso tener un interlocutor que representase de hecho a la clase trabajadora, que tuviese legitimidad y, al mismo tiempo, estuviese genuinamente desvinculado de movimientos y organizaciones de izquierda. ¿Quién sería ese hombre?

La respuesta a esta pregunta se puede hallar en la generosa forma con que las empresas de comunicación –en especial las de diarios y revistas- trataron a Lula y al movimiento huelguista de 1978. Es a partir de ese período que Lula pasa a actuar en el escenario político brasileño, gana notoriedad nacional y poco después internacional.

Las clases dominantes, deseosas de esta especie de ‘encuentro amoroso’, saludaban el surgimiento del ‘príncipe encantado’ de sus sueños. En vez de los ojos claros y de los músculos perfectos -inevitables clichés de las historias de príncipes-, Lula exhibía los dotes que seducían a esa extraña princesa (la burguesía): su declarada desvinculación política, asociada a la más completa legitimidad entre sus pares, los trabajadores. “Por fin había llegado aquél cuyo liderazgo y autoridad podrían guiar -y especialmente contener- a una legión de obreros...Al fin un gran líder de esa masa tan poderosa de plebeyos” (Paraná, 2010: 407).

Ricardo Kotscho, periodista de la *Folha de S. Paulo*, se convierte en uno de los primeros en los medios en ir a retratar las huelgas del nuevo sindicalismo de la región del ABC paulista que lideraba Lula, en función del interés del periódico en favor de iniciativas contra el régimen militar y por la democratización brasileña (Pilagallo, 2012). Éste recordaba, en una entrevista que le fue realizada para esta investigación³:

Conozco a Lula desde hace muchos años, somos amigos hace más de 30 años. Cuando conocí a Lula en los años ‘70 en el ABC, él era líder metalúrgico y había espacio para él en la prensa, él

3 Periodista brasileño. Durante los años ‘70, cubrió para la *Folha de Sao Paulo* las huelgas del ABC y la emergencia de Lula da Silva como líder metalúrgico. Fue Secretario de Prensa del primer gobierno de Lula durante el período 2003-2004. Entrevistado el 27-03-2012 en San Pablo.

era una novedad. En algún momento hasta tuvo bastante espacio y algún apoyo de los grandes medios. Eso cambió a partir del momento en que se volvió líder de un partido político. Cuando era líder sindical, no había problema. A partir del momento en que se vuelve líder de un partido político, y con chances de llegar a la presidencia desde la primera elección del '89, pasó a ser visto como un adversario y a ser combatido. Todas las cosas negativas de él fueron resaltadas y las eventuales cosas positivas escondidas.

A partir de la fundación oficial del PT en los años '80, un importante rechazo a la inscripción de Lula en su paso de líder sindical al plano político partidario comenzó a emerger por parte de ciertos medios de comunicación, como señala Kotscho, lo cual se evidenciaría, como veremos, durante la campaña presidencial de 1989.

En este marco, nuestro trabajo se propone focalizar en la relación que han mantenido con los medios de comunicación los gobiernos de Lula y Dilma durante la última década (2003-2013). En este sentido, se reconstruyen ciertas tensiones alcanzadas y equilibrios inestables que caracterizaron la vinculación entre estos actores. Se comienza por un repaso de la gestación de esta histórica relación tramada entre la cosmovisión del mundo petista y los medios de comunicación entre 1989 y 2002, para posteriormente hacer una reconstrucción, primero de los gobiernos de Lula y su relación con los medios entre 2003 y 2010, y luego de los cambios que supuso en este sentido la actual presidencia de Dilma Rousseff. Finalmente, se elabora una conclusión que pretenda condensar los elementos principales desarrollados a lo largo del trabajo.

A nivel de su fundamentación teórica, este trabajo se inscribe en el campo interdisciplinario inaugurado por los estudios brasileños de "Medios y Política" (Azevedo y Rubim, 1998; Porto, 2002; Colling y Rubim, 2005; Lima, 2006) que contiene a la sociología de la comunicación y a la ciencia política, más precisamente en la dimensión de "medios y reconfiguración del espacio público", área que incluye la investigación sobre la construcción de la agenda pública, los discursos políticos, la opinión pública y los escenarios de representación política (Azevedo y Rubim, 1998), en la cual se investiga la relación entre la comunicación mediática y los procesos políticos, así como las posiciones de los medios frente a

los núcleos de poder, dentro y fuera del Estado. Este área de estudios avanza en sus investigaciones a partir de estrategias de recolección de datos que combinan técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas (Porto, 2002), tales como entrevistas a los actores involucrados, análisis del discurso y “encuadramientos”, así como herramientas de análisis de los escenarios políticos.

1. La cobertura de los medios y las campañas electorales del PT

Como se verá en este apartado, durante las campañas electorales de 1989, 1994 y 1998 se desarrolló una cobertura que resultó adversa al candidato petista por parte de los medios de comunicación más importantes, así como un notorio apoyo de estos últimos a los candidatos que rivalizarían con Lula en las distintas elecciones. En este sentido, el radicalismo político-ideológico del programa de campaña petista en las primeras elecciones directas, así como sus pretensiones de reforma del sistema de medios (Waisbord, 2013), explicarían la cobertura negativa frente al PT. Sobre este período, Kitzberger (2013: 10) explica:

En el programa del frente de partidos de izquierda con los que el PT se presentó a las presidenciales de 1989, la ‘democratización de los medios de comunicación de masas’ figuraba en un lugar central. Allí se denunciaban, entre otros puntos, el carácter consumista y alienante del modelo cultural impuesto por la radio y la televisión, las omisiones y distorsiones en el tratamiento mediático recibido por los actores populares, el conservadurismo de la legislación y los vínculos y tutelas entre grupos oligopólicos e intereses políticos poderosos. En consecuencia, el Frente Brasil Popular proponía una política basada en nociones de derecho y acceso a la información, someter el control de los medios a la sociedad en función de principios de responsabilidad social, crear un consejo autónomo regulador de las concesiones formado por trabajadores del área democráticamente electos, reservar el espacio radio-televisivo exclusivamente a asociaciones civiles sin fines de lucro, eliminar monopolios y apoyar la creación de canales comunicativos de los sectores populares.

En las elecciones de 1989, las primeras en Brasil en disputarse de forma directa, se enfrentaron en el ballottage electoral Collor de Mello por

el Partido de la Reconstrucción Nacional (PRN)⁴ y Lula da Silva por el Partido de los Trabajadores (PT). Este último, en ese entonces, manifestaba un discurso radical a tono con su partido⁵. El discurso de Collor, por su parte, denunciaba el ataque a la propiedad privada que representaría el Partido de los Trabajadores. La prensa paulista -*Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* y la revista *Veja*-, y especialmente las *Organizaciones Globo*⁶, hicieron conocido su posicionamiento en favor del “Cazador de Marajás”, -así se había denominado a Collor en función de su anunciada campaña en contra de los altos sueldos y la corrupción de los funcionarios públicos-. Fonseca (2005), por su parte, ha propuesto lo que denomina como un consenso de los cuatro grandes periódicos (*Jornal do Brasil*, *O Globo*, *Folha de S. Paulo* y *O ESP*) para la formación de una agenda ultra-liberal en Brasil, que habría servido de soporte para el programa económico y político promovido por la candidatura de Collor de Mello.

La preferencia de la *Red Globo* se hizo explícita a partir de un debate durante la segunda vuelta de las elecciones de 1989, el cual fue editado en favor de Collor y en contra de Lula (Pilagallo, 2012; Porto, 2012). En este sentido, según Kucinski (1998: 106) “...los barones de la prensa dieron la contribución decisiva a la campaña de la burguesía para ‘derrotar a Lula a cualquier precio’, en la disputa presidencial de 1989”, y continua planteando:

- 4 Este partido había sido constituido para propiciar especialmente la candidatura de Collor, al modo de lo que se ha denominado “partidos-taxi”, sin densidad de representación como tales y definidos de forma excluyente en torno a una candidatura personal específica.
- 5 En este sentido, no deja de ser interesante el testimonio de Lula: “Perdí las elecciones [en 1989]. Pero pienso que ahí estuvo el dedo de Dios. Que nosotros no teníamos que ganar esas elecciones. Porque nosotros éramos muy radicales. Si yo hubiera ganado esas elecciones, con el discurso que tenía, no sé si hubiera gobernado seis o siete meses. No era solo yo. Mi grupo y mi partido. Teníamos un discurso muy duro. En doce años se aprende mucho. Ganamos intendencias, estados, y todos fueron madurando. Entonces cuando yo gané ya estábamos preparados para gobernar” (Entrevistado por Daniel Filmus en *Presidentes de Latinoamérica*, 2009).
- 6 La red Globo comienza a despuntar con *Radio Globo* y el periódico *O Globo* en Río de Janeiro a mediados del siglo pasado. Roberto Marinho, al frente de la empresa y a partir de las posibilidades que brinda el régimen dictatorial, la convierte entonces en un grupo multimédios. Actualmente, la potencia de las *organizaciones Globo* es tan importante, al tener un noticiero como el *Jornal Nacional* que ven 60 millones de telespectadores, que resulta un actor fundamental en el sistema político-institucional brasileño (entrevista con Alberto Dines, 1-04-2014, San Pablo).

“En la disputa presidencial de 1989, el papel de Roberto Marinho fue dominante, ayudando a crear al candidato y después a elegirlo. A partir de las primeras noticias de *Veja*, Roberto Marinho y la TV Globo erigieron al joven gobernador de Alagoas ‘cazador de marajás’ en mito. Un héroe anticorrupción en el escenario imaginario de la TV. Collor personificó el mito mediático con eficacia” (Kucinski, 1998: 109).

En este escenario se produjo la primera derrota de Lula en elecciones y el triunfo de un presidente que, luego de varias acusaciones de corrupción, sería sometido a un *impeachment* que contó con el apoyo de una intensa movilización de la sociedad civil en 1992, produciendo su reemplazo por el vicepresidente Itamar Franco. Durante el proceso de *impeachment* que llevó a la destitución de Collor de Mello, la prensa paulista jugó un papel importante en la divulgación de denuncias de corrupción que la prestigió frente a la sociedad (Pilagallo, 2012).⁷

A partir de su cargo como Ministro de Economía durante el último tramo de la presidencia de Itamar Franco, despuntaría el liderazgo de Fernando Henrique Cardoso (FHC)⁸, que había estabilizado exitosamente la moneda en Brasil por medio de su implementación del Plan Real. En las elecciones presidenciales de 1994, FHC se enfrentaría a Lula. Según el análisis de Mundim (2010: 87) en esta elección: “El Real también fue un factor determinante...Sin embargo, su éxito se debió a la mediación de la prensa, sea esta escrita o televisiva, que apoyó incondicionalmente el plan económico desde el inicio (Amaral, 1995; Figueiredo, 1998; Matos, 2008)”. Según Kucinski (1998: 120), en 1994:

7 En este sentido, Kucinski (1998: 136) encuentra que la “...raíz del actual antilulismo está en la vinculación del periodismo brasileño con las denuncias de la corrupción, que se inició en el gobierno de Fernando Collor y fue creciendo y ganando musculatura con la aparición de los escándalos...tornándose el género dominante del periodismo brasileño de los últimos 20 años. Las revelaciones de Roberto Jefferson reavivaron las brasas dormidas de ese género. La gran prensa abandonó la pretensión de mediadora entre el mundo real y la imaginación de los brasileños, aunque parcial e interesada, para intentar escribir e imponer su propia historia del gobierno Lula”.

8 El sociólogo Fernando Henrique Cardoso había sido primero Ministro de Relaciones Exteriores en el gobierno de Itamar Franco, asumiendo como Ministro de Fazenda en la última parte de su gobierno, cuando aplicaría el Plan Real, que estabilizó la moneda brasileña y redujo en forma significativa los problemas inflacionarios.

...la rápida convergencia del campo conservador en torno a Fernando Henrique abre una nueva posibilidad de derrumbar la candidatura Lula, pues ahora hay una alternativa, la unidad política y, por lo tanto, la posibilidad de una estrategia. La formación de la coalición del PSDB/PFL da a Fernando Henrique el mayor tiempo de TV de todos los candidatos. Por su formación superior, con saber notorio y reconocido, es llamado por la prensa como 'príncipe de la sociología brasileña'.

En las elecciones de 1998, la creencia por parte de los electores de que a pesar de la vulnerabilidad externa que manifestaba la economía brasileña, FHC sería el mejor administrador frente al contexto negativo que existía a nivel internacional, le otorgaron una nueva victoria al líder tucano⁹ del *Partido da Social Democracia Brasileira* (PSDB)¹⁰ (Pilgallo, 2012). Para Rubim (2004: 9):

La disputa presidencial de 1998 viene siendo analizada de forma insistente como una elección que 'no existió', como una contienda silenciada por los medios...La manifiesta convergencia de estrategias evidencia de modo explícito la formación de un bloque político-mediático casi monolítico congregando a la candidatura de FHC y los medios en 1998, con graves perjuicios para el desarrollo de la competencia electoral, de la democracia y de la cultura democrática en el país.

De forma sintética, Azevedo (2009) señala que durante estas tres elecciones de 1989, 1994, y 1998, más allá de sus diferencias contextuales y de agendas, la literatura académica que analizó el comportamiento de los medios muestra que la mayoría de los autores considera que éstos beneficiaron a los adversarios del PT.

9 Se denomina "tucanos" en Brasil a los simpatizantes del Partido de la Socialdemocracia Brasileña (PSDB). Desde su surgimiento en 1988 como escisión del PMDB, el símbolo del partido es un tucán. De allí viene esta denominación.

10 Fernando Henrique Cardoso pudo presentarse a las elecciones de 1998 aspirando a un segundo mandato presidencial, luego de viabilizar en 1997 una reforma electoral que permitía la reelección.

En la campaña de 2002, la contratación del experto en marketing Duda Mendonça para diagramar la campaña petista, tenía por fin reducir el impacto negativo históricamente construido por los medios de comunicación. Al respecto, Rubim (2004: 23-24) alega:

Para Lula una de las cuestiones esenciales para tornar la cuarta elección competitiva y construir una posibilidad efectiva de llegar a la presidencia de Brasil, más allá de ciertas condiciones políticas coyunturales y de una política ampliada de alianzas electorales, se situaba de forma cristalina en el ámbito de la disputa de imagen y respondía por la denominación competencia, o mejor, por la atribución y reconocimiento públicos de una competencia para gobernar el país...El desafío de demostrar una capacidad para gobernar el país implicó el enfrentamiento estratégico de, por lo menos, dos atributos, problemáticos en términos electorales, ambos asociados a la anterior imagen pública de Lula: su radicalidad y su falta de preparación para gobernar, siendo este último aspecto determinado por el preconceito social con relación a la falta de título universitario de Lula.

Según ciertos análisis, la cobertura de los medios de comunicación durante las elecciones de 2002 fue neutral o positiva para el candidato petista. Para Aldé, Mendes y Figueiredo (2007), a partir del momento en que la campaña de Lula adhiere al *establishment*, los medios le abrieron un canal favorable. Hasta *O Estado de S. Paulo*, que editorialmente había hecho explícito su apoyo al candidato tucano José Serra, habría mostrado menciones positivas hacia Lula en sus noticias a partir de julio de 2002.

La campaña de 2002 fue la cristalización de una orientación petista hacia el centro del espectro político que cambió la percepción del candidato en el electorado y los medios, que dejaron de ver al PT como un actor político anti sistema. Esta orientación representó un cambio fundamental en su búsqueda del acceso a la presidencia, dado que durante el primer período ideológico partidario del PT (1989-1994), los medios habían construido la imagen de un partido de izquierda radical, sin experiencia gubernamental, hostil a la economía de mercado y la democracia representativa. En 2002, cuando el PT adopta esta moderación ideológica y se desplaza hacia el centro político para tornarse competitivo electoralmente, los medios tienden a admitirlo como un partido

“responsable e integrado” y cambian su posicionamiento hacia cierta aceptación (Azevedo, 2008)¹¹.

En este sentido, Azevedo (2009: 55) ha desarrollado la siguiente tabla para el análisis de la cobertura de la prensa en las últimas elecciones brasileñas:

Tabela 6
Eleições presidenciais, posição predominante da imprensa em relação ao candidato do PT e imagem predominante do partido na mídia

Ano	Posição predominante da imprensa	Imagem predominante do PT na mídia
1989	Desfavorável	Socialista e radical: antisistema e “irresponsável”.
1994	Desfavorável	Socialista e radical: antisistema e “irresponsável”.
1998	Desfavorável	Em transição, mas com passado radical que inspira desconfiança
2002	Favorável ou neutra	Socialdemocrata, integrado ao sistema e responsável
2006	Desfavorável	Socialdemocrata, integrado ao sistema, mas clientelista e corrupto

A pesar de la cobertura favorable o neutra en las elecciones de 2002 señalada por Azevedo (2009) por parte de los medios de comunicación más importantes, con la llegada de Lula a la presidencia las tensiones entre el gobierno petista y los más importantes grupos del sector comenzarían a aflorar lentamente, pues ahora la constitución del PT en partido de gobierno le habilitaba una mayor capacidad de intervenir en el mercado de medios en función de sus directivas políticas.

2. El inestable equilibrio del gobierno Lula: entre el conflicto y la negociación

A partir de la asunción de Lula como presidente, un núcleo de las tensiones políticas desarrolladas con los medios de comunicación fue relativo a su papel ejercido como comunicador popular (Singer, 2012)¹², en

- 11 “Muchos de estos nuevos aliados que pasarían a formar parte de la coalición gubernamental formaban parte de las prácticas de ‘coronelismo electrónico’. Previsiblemente, la cuestión de los medios de comunicación desapareció como tema de campaña. Los viejos aliados, especialmente el MST, fueron invisibilizados y los términos del discurso se ciñeron a los márgenes de lo aceptable por la élite políticomediática. En los documentos programáticos del 2002 la cuestión de la regulación de los medios no estaba mencionada. La conducción de la campaña del núcleo de Lula ejerció su poder de veto sobre las agendas insertas en el partido relativas al rol democrático de los medios” (Kitzberger, 2013: 12).
- 12 Singer (2012) ha señalado en este sentido: En cuanto a la cuestión de la comunicación directa, creo que existe, o sea, el ex presidente Lula es un gran comunicador popular,

un formato que presentaba una lógica opuesta a la unidireccionalidad de los medios tradicionales (Lima, 2006). Según Kotscho (entrevistado por Duarte, 2010: 430), Secretario de Prensa en los inicios del gobierno Lula:

Hubo un shock cultural para todo el mundo, en Brasilia, con la llegada de Lula al poder. Él es muy distinto de todos los que habían estado antes y, principalmente, de Fernando Henrique. La característica que creo que lo diferencia más es que Lula es un tipo muy popular, de masas. Entonces, generó mucha confusión con la seguridad, con los fotógrafos. Lula paraba en cualquier lugar para conversar con las personas, cosa que Fernando Henrique no hacía.

Un acontecimiento a mencionar previo a la asunción presidencial resultó una reunión en 2002 donde se encontraron el director de la *Folha de S. Paulo*, Otávio Frías Filho, y Lula, que terminó con el abandono de la reunión por parte del presidente electo, ante las preguntas de Frías Filho que hacían referencia a la falta de preparación de éste en términos de formación educativa para dirigir el país¹³.

Las tensiones entre el gobierno y la prensa pudieron evidenciarse en otros casos como el de Larry Rother, corresponsal del *New York Times* en Brasil, que escribió un artículo en mayo de 2004 para el *New York Times* señalando que la afición del presidente Lula por las bebidas alcohólicas le crearía dificultades para el cargo¹⁴, lo que provocó la amenaza por

el hecho de haber nacido en el Nordeste, de haber sido el primer presidente que hubo pasado por la experiencia directa de la miseria brasileña no es algo de menor importancia, es algo significativo.

- 13 Otra versión sobre este acontecimiento me fue proporcionada por el periodista de la *Folha de S. Paulo* Clovis Rossi, quien estuvo presente en aquella reunión. En una entrevista que le fue realizada el 09/04/12 en San Pablo señaló al respecto: "Hubo evidentemente un shock, pero un shock provocado porque Lula tuvo una reacción desubicada frente a una pregunta que ya había sido hecha prácticamente en los mismos términos por Miriam Leitao (periodista) en un programa de televisión, y él respondió con una respuesta inteligente: que no hizo un curso universitario pero que había aprendido en la vida, que no hay ninguna universidad que enseñe a ser Presidente de la República. Ese era el tipo de respuesta que tenía. Aquél día, o porque no estaba bien o por alguna otra razón, se sintió ofendido por una pregunta que ya le había sido hecha decenas de veces antes. Tuvo una reacción destemplada, generándose aquel conflicto que todos conocimos".
- 14 "Luis Ignacio Lula da Silva nunca ha escondido su debilidad por un vaso de cerveza, un shot de whisky o, incluso, un trago de *cachaça*, el potente licor de caña de azúcar brasileño. Pero algunos de sus compatriotas han empezado a preguntarse si esta predilección de

parte del gobierno de una suspensión de la visa de extranjero que portaba el periodista. Finalmente, el hecho se apaciguó, pero demostró cierta desconfianza existente entre los sectores gubernamentales hacia los medios, así como el prejuicio de los periodistas frente al gobierno¹⁵.

Este tipo de episodios manifestaban la existencia al interior del PT y las elites políticas gubernamentales de una intensa desconfianza respecto de la prensa. Así lo señalaba Ricardo Kotscho (entrevistado por Duarte, 2010):

No había una política única dentro del gobierno, había muchas divergencias, principalmente en el área de comunicación. Eran tres responsables por la comunicación del gobierno. Yo era Secretario de Prensa, Luis Gushiken era el Ministro de la Secretaria de Comunicación encargada de la propaganda y tenía un Portavoz, André Singer. Mi posición desde el comienzo hasta hoy posee divergencias y genera peleas con la posición de Lula. Mi posición era: 'Intenta no pelear mucho. Si tratas bien a la prensa te van a criticar, pero si tratas mal a la prensa te van a criticar mucho más'. Yo creía y defendía eso, durante los dos años que estuve en el gobierno, tuve contacto permanente en todos los niveles con los grandes medios, quería dejar un canal de diálogo abierto, aun sabiendo que quienes están del otro lado te van a criticar. Era muy difícil para mí conseguir arreglar entrevistas con Lula. Él no quería dar entrevistas, el no quería dar entrevistas colectivas. Yo le decía: 'Si no hablas, si el gobierno no habla, entonces los otros van a hablar en contra'. Era eso lo que yo creía.

su presidente por la bebida fuerte está afectando su rendimiento en el gobierno” escribió el corresponsal extranjero Larry Rohter en el primer párrafo de una noticia publicada por el *The New York Times* el 9 de mayo de 2004. El título: 'La Bebida del Líder Brasileño Se Transforma en Cuestión Nacional'” (citada por Herscovitz, 2007: 159).

- 15 Así lo señalaba Kotscho (2010): “El episodio más dramático fue el de aquel periodista Larry Rother, corresponsal del *New York Times* en Brasil, que hizo una noticia liviana e irresponsable diciendo que Brasil estaba muy preocupado por Lula, porque él estaría bebiendo mucho y no tenía condiciones para gobernar el país. Ese periodista hizo esa noticia. ¿Qué es lo que yo creía? Que debía ser procesado porque fue un texto ofensivo al Presidente de la República. Pero otras personas dentro del gobierno, la mayoría, creían que no, que él debería ser castigado de una forma más fuerte. Y como Rother era extranjero y el pasaporte estaba vencido, querían que no le fuera renovado el pasaporte. En otras palabras, impedir que se quedase en el país. Yo creía que era un grave error, porque Rother se transformó en víctima de la libertad de prensa”.

Lula estaba muy resentido, harto por las noticias que salían. ‘¿Por qué voy a dar entrevistas si ellos están contra el gobierno, sólo hablan mal del gobierno?’, Lula decía esto.

No solo Lula, sino también José Dirceu que era Jefe de la Casa Civil y otros ministros. Era una cosa recíproca de malestar entre la prensa y el gobierno. Con algunas excepciones. Una de ellas era Antonio Palocci. Lula no quería hablar y Palocci le pedía que hablara.

La situación desfavorable en términos de la representación de visiones afines al PT en los medios de comunicación se mantendría en forma constante durante el primer mandato del presidente Lula, siendo una excepción entre los medios de prensa de circulación la revista *Carta Capital*¹⁶. Esta representación desfavorable al PT, predominante en los más importantes medios de la prensa brasileña, era un aspecto resaltado por los propios petistas en reiteradas ocasiones.¹⁷ En un trabajo donde analiza el período, el historiador Perry Anderson (2011: 37) señalaba al respecto:

16 Según Mino Carta, director de la revista *Carta Capital*, entrevistado el 09/04/2012 en San Pablo: “La cuestión fundamental es el odio de clase, a partir del riesgo de alterar el statu-quo, se toma una posición en contra del gobierno Lula por parte de los medios. Porque en el fondo Lula hizo un gobierno mejor que los anteriores, reveló una preocupación social, pero no dejó de favorecer a los banqueros, no hizo un gobierno radical, lejos de eso. Dos puntos importantes implican un cambio: primero, el interés social, y segundo, una política internacional realmente independiente, que es una novedad grave para esa gente, que prefieren ser súbditos de los Estados Unidos, del capital internacional y no quieren cambios”. “Toda la estructura mediática brasileña es una parte integrante de la clase dominante. Si usted recorriera los archivos de los periódicos de la prensa brasileña de 1963-1964, usted verá los editoriales que imploraban por el golpe militar, que después fue llamado de ‘revolución””.

17 En una entrevista vía mail realizada a Valter Pomar (23/02/2012), éste señalaba con respecto a la cuestión: “Si por medios importantes entendemos a la revista *Veja*, *IstoÉ* y *Época*; los periódicos diarios *Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Globo* y *Zero Hora*; y el noticiero televisivo *Jornal Nacional*, entonces la respuesta es: la cobertura de estos medios fue orientada por una directriz política, destruir al PT y desgastar al máximo al gobierno Lula, creando las condiciones para su derrota en la elección presidencial de 2006 o hasta mismo antes de esto”. Entre 2003 y 2005, Valter Pomar fue tercer vice-presidente nacional del PT. Entre 2005 y 2006, fue Secretario de Relaciones Internacionales del PT. Nunca ocupó cargo un parlamentario, nunca fue integrante del gobierno federal. Actualmente es Secretario Ejecutivo del Foro de San Pablo.

Cualquiera cuyas impresiones de su gobierno vinieran de la prensa internacional tendría un choque al encontrarse con el tratamiento dado a Lula en los medios brasileños. Prácticamente desde el inicio el *The Economist* y el *Financial Times* roncaban satisfechos con las políticas pro-mercado y la concepción constructiva de la presidencia de Lula, frecuentemente contrastada con la demagogia y la irresponsabilidad del régimen de Chávez en Venezuela: ningún elogio era demasiado para el estadista que colocaría a Brasil en el curso indestructible de la estabilidad y la prosperidad capitalistas. El lector de la *Folha* o del *Estado*, por no hablar de la revista *Veja*, estaba viviendo en un mundo diferente. Normalmente, en sus columnas, Brasil estaba siendo gobernado por un grosero aspirante a caudillo, sin la menor comprensión de los principios económicos o respeto por las libertades civiles, una amenaza permanente a la democracia y la propiedad privada¹⁸.

A comienzos del gobierno de Lula podría señalarse que, a tono con los primeros cien días de margen que suele brindar la prensa a los gobiernos (Pilagallo, 2012), así como con las reseñadas promesas de moderación realizadas por Lula durante la campaña electoral de 2002, tanto *O Estado de S. Paulo* como *Folha de S. Paulo*, este último desde una visión más crítica, adoptarían una posición de cierta expectativa frente al gobierno. Esto se reflejaba también en el discurso del principal partido de oposición política al gobierno, el PSDB (Secco, 2011), que aprobaba los lineamientos iniciales del gobierno, donde una importante iniciativa se rela-

18 Señala Eugenio Bucci -profesor de la USP, uno de los creadores de la Revista *Teoría y Debate* del PT, así como director de la Empresa Brasileña de Comunicación (Radio-brás) designado por el gobierno Lula entre 2003-2007- en un mail personal (24/01/2013): "Por mi parte, ya no veo el conflicto entre Lula y el PT, de un lado, y la prensa, por el otro. Es necesario recordar que, hoy, tanto Lula como su partido son parte del poder y, en el poder, reúnen condiciones para influir sobre el comportamiento de los medios de comunicación. Eso desvirtúa una ecuación polarizada que podría ser de alguna utilidad metodológica hasta el momento en que el PT ganó las elecciones presidenciales en 2002. Por otro lado, no hay una unidad orgánica en los llamados 'medios' o incluso en la 'gran prensa'. Hay muchas distinciones internas ahí. Hay disensos, desacuerdos, clivajes. Ni todos los vehículos se comportan tal como Perry Anderson supone. Record y Globo son radicalmente diferentes, por ejemplo. *Veja*, *Is-toé*, y *Carta Capital* también son totalmente dispares. Por eso, pienso que debemos, hoy, buscar modelos más complejos de análisis".

cionaba con la necesidad de aprobar una conservadora Reforma de la Jubilación¹⁹.

Sin embargo, a pesar de la mencionada adopción de cierta neutralidad en los medios hacia la candidatura petista en 2002, durante el transcurso del gobierno éstos fueron cambiando desde la ambigüedad inicial hacia una postura crítica (Rubim y Colling, 2006). Posteriormente a esta inicial moderación, el surgimiento del escándalo del mensalão en mayo de 2005 supuso la instalación de un “cerco mediático” (Singer, 2009) que suponía el centramiento de la agenda pública en torno a la temática de la corrupción. Frente a esta circunstancia, Lula eligió rodearse por los movimientos sociales como alternativa frente a la crisis política (Secco, 2011)²⁰.

- 19 Esta reforma, conocida como *Reforma da Providencia*, suponía -en el contexto de crisis económica en que se encontraba Brasil en 2003- la pretensión de establecer recortes a los beneficios de jubilación integral de los que gozaban funcionarios y empleados públicos, que les permitían recibir una jubilación equivalente al salario percibido como funcionarios. A partir del ingreso al Congreso, en mayo de 2003, del proyecto de Reforma de la Jubilación, emergieron las tensiones al interior del PT entre la dirección partidaria y las tendencias de izquierda del partido, representadas estas últimas por la resistencia exhibida por parte de los diputados Joao Batista de Araújo (Babá) (PA), Luciana Genro (RS), Joao Fontes (SE) y especialmente de la Senadora Heloísa Helena (AL) a acatar las resoluciones partidarias referidas a votar en favor de la Reforma de la Jubilación. El desarrollo de estos conflictos iniciales se dirimió con la expulsión de varios dirigentes pertenecientes a la izquierda partidaria, dadas las tensiones que comenzaron a producirse con motivo de la votación de la Reforma en el parlamento. La Reforma contó en la votación con el apoyo de siete parlamentarios del PFL y seis del PSDB. De este modo, el 27 de noviembre, el texto principal de la reforma fue aprobado en el Senado con 13 votos de la oposición.
- 20 La crisis política del “mensalão” surgió a partir de las tensiones que se produjeron al interior de la heterogénea alianza que el PT había compuesto a nivel parlamentario para garantizar la “gobernabilidad” (PL, PPS, PTB y PDT). En mayo de 2005, la Revista *Veja* publicó la transcripción de un video donde se acusaba al diputado de la coalición gubernamental Roberto Jefferson del Partido Laborista Brasileño (PTB), de estar detrás del desvío de dinero en la empresa pública de Correos. El entonces diputado, que habría intuido que no recibiría en este contexto apoyo del Palacio del Planalto (Pilgallo, 2012), decidió en consecuencia realizar una serie de denuncias que tuvieron un efecto explosivo. En una entrevista el 6 de junio a la *Folha de S. Paulo*, acusó al PT de estar pagando una mensualidad a los parlamentarios de la base aliada a cambio de apoyo al gobierno de Lula en el Congreso. La conmoción que la denuncia de estos escándalos produjo en la opinión pública tuvo por efecto: una importante erosión del capital político del gobierno, un incremento en la polarización entre el gobierno y la oposición, así como la apertura de varias Comisiones Parlamentarias de Investigación (CPI) encargadas de investigar los acontecimientos en el Congreso.

Frente a la agudización de la crisis política y las dificultades para divulgar una agenda alternativa por parte del gobierno debido a la crítica de los principales medios de prensa, Lula reforzaría sus apariciones en actos políticos en distintas localidades del país con organizaciones y movimientos sociales, en una pretensión por consolidar núcleos de apoyo que le permitieran sortear estas dificultades. Según Secco (2011: 228):

En aquellos días de tormenta, su agenda fue dirigida hacia actos populares. Lula no hablaba con la prensa y participaba de eventos con el MST y la CUT; iba al Sindicato de los Metalúrgicos del ABC y establecía un contacto personal y directo con el pueblo del interior del nordeste, como si parase una amenaza de radicalización y de chavismo en el caso de un intento de impeachment contra él. De hecho, Hugo Chávez lo visitó en aquellos días de graves dificultades.

La crisis política del mensalão iniciada en mayo de 2005, supuso el momento de mayor tensión en las relaciones entre el gobierno y los medios de comunicación. Supuso el despliegue de un escenario de conflictividad que cambió la relación entre el gobierno del PT y los medios, que asumieron un lugar destacado. A partir de allí, según Rubim y Colling (2006), los medios buscaron prácticamente anticipar el mandato y el momento electoral para marcar el final de un gobierno que resultó siempre extraño a las élites tradicionales del país (Rubim y Colling, 2006). La cobertura mediática durante la crisis política de 2005-2006 se centró en una búsqueda del escándalo periodístico y en la reducción de la política a una dimensión moralizante (Rubim y Colling, 2006). A su vez, Venício Lima (2006) analiza que desde mayo de 2005 hasta las elecciones de 2006, varios medios brasileños practicaron un periodismo de insinuación y se alinearon con la oposición partidaria en una campaña de anticipación del fin del primer mandato del presidente Lula para invisibilizar sus posibilidades de reelección. Para este autor, que realiza un análisis de la cobertura de la crisis política de 2005-2006 efectuado por la gran prensa, los medios adoptaron un posicionamiento de “presunción de culpa” (Lima, 2006).

Lima (2006) ha concebido la participación de los medios en la crisis política de 2005-2006 dentro de lo que denomina como la voluntad de producir un “escándalo político mediático”. Los argumentos a partir de los cuales los medios más importantes intentaban destruir el capital simbólico del partido gobernante eran: la supuesta conexión del PT con las FARC,

el señalamiento de que Lula tenía conocimiento de los escándalos de corrupción previamente a su público conocimiento, entre otros (Lima, 2006). La estrategia utilizada por los medios ha sido analizada como "...la tendencia de una búsqueda desenfadada por el escándalo en la cobertura periodística de la política...una actitud que reduce, en forma significativa, la política a una dimensión puramente moralizante, con el pretexto de obtener una política conjugada con la ética" (Rubim, 2004: 39).

En este contexto, según hemos estudiado recientemente, un encuadramiento dominante compartido por los periódicos *Folha de S. Paulo* y *O Estado de S. Paulo* para caracterizar durante esta crisis política el liderazgo de Lula sería considerarlo como un 'populismo chavista' (Goldstein, 2013).

A partir de las tensiones entre el gobierno y la prensa que se producirían durante el primer mandato de Lula, una importante fracción de los militantes petistas incorporaría la tesis de que existiría una "partidización de la prensa"²¹. Es decir, la percepción de que, ante la debilidad de los partidos opositores, la prensa habría reemplazado a la oposición política para erigirse como la auténtica representación opositora frente al gobierno brasileño²². Con respecto al mensalão, Sergio D'Avila (2012), Editor Ejecutivo de la *Folha de S. Paulo*, señalaba:

21 Incluso un periodista afín al gobierno lulista, Paulo Henrique Amorim, director del Blog *Conversa Afiada* creó el término PIG (Partido da Imprensa Golpista) para referirse a una supuesta pretensión de desestabilización en bloque de los medios de prensa contra el gobierno petista.

22 Esta percepción de los petistas aumentó cuando Judith Brito, presidenta entonces de la Asociación Nacional de Periódicos (ANJ) y ejecutiva del grupo *Folha de S. Paulo*, declaró al diario carioca *O Globo* (18/3/2010): "La libertad de prensa es un bien mayor que no debe ser limitado. A ese derecho general, la contraparte es siempre la cuestión de la responsabilidad de los medios de comunicación y, obviamente, esos medios de comunicación están haciendo de hecho la posición opositora de este país, ya que la oposición está profundamente fragmentada. Y ese papel de oposición, de investigación, sin duda alguna incomoda en exceso al gobierno". En referencia a esta declaración, Brito señalaba en una entrevista que le realizamos vía mail (18/10/2012) que: "Nunca quise decir que la prensa debería sustituir a la oposición al gobierno. En las democracias, por más reducida que sea, la oposición política, partidaria y parlamentaria siempre tendrá un papel esencial que es insustituible. Pero llamé la atención hacia el hecho de que la prensa brasileña, en los últimos años, viene cumpliendo muy bien su misión de investigar eventuales fallas del gobierno. Es la esencia del periodismo independiente y de calidad, que busca servir a la sociedad, incomodar a los gobiernos. Eso es extremadamente saludable".

Desde el punto de vista de la Redacción, el periódico procuró cubrir críticamente el primer mandato del presidente Lula como viene haciéndolo de forma coherente con todos los presidentes. Una cobertura crítica implica comunicar los aspectos positivos y negativos del gobierno, resaltar las contradicciones, apuntar las alternativas. El principal aspecto negativo del gobierno de Lula revelado en nuestras páginas fue la existencia del mensalão, expuesto en una entrevista a una de nuestras periodistas en 2005²³.

Las elecciones de 2006 resultarían un momento paradigmático, en tanto cristalizarían la disputa política existente entre el candidato del PSDB Geraldo Alckmin y la continuidad del proyecto petista representado por Lula. En este contexto generalizado de acusaciones de corrupción hacia el partido de gobierno, el PSDB eligió como candidato a la presidencia en 2006 a Geraldo Alckmin, quien se presentaba a sí mismo con el discurso de la “eficiencia” y la “transparencia” como valores constitutivos. Resulta un dato relevante acerca de la decisión programática del partido de constituir para las elecciones de 2006 a la cuestión de la corrupción en uno de los temas centrales de la agenda política (Goldstein, 2012).

Para estas elecciones, Lula apeló al clivaje Estado/privatizaciones, señalando las posibilidades, en caso de un triunfo de Alckmin, de un retorno de las privatizaciones realizadas durante el gobierno de FHC, así como criticando el carácter funcional del candidato tucano a los intereses más conservadores de la sociedad brasileña, como el Opus Dei. Por otra parte, señalaba que en caso de un triunfo del candidato del *PSDB*, correrían riesgo la continuidad de las políticas sociales implementadas durante su mandato -como el plan Bolsa Familia-. El candidato petista, a su vez, se presentaba como el defensor de una recuperación de la intervención estatal que tenía importantes efectos positivos para los sectores sociales de más baja renta (Goldstein y Comellini, 2012). En este contexto, a pesar de las acusaciones contra el gobierno, señala Sader (2013: 140) que:

Las inversiones en políticas sociales comenzaron a generar resultados, cambiando la base fundamental de apoyo social del gobierno para los sectores más pobres y para las regiones más

relegadas del país. Frente a la posibilidad de que Lula desencadenara una gran movilización popular en defensa del gobierno y de su mandato, la oposición retrocedió y jugó todo en la posibilidad de sangrar al gobierno de los recursos en el Congreso y derrotarlo en las elecciones de 2006. Pero los efectos de las políticas sociales permitieron a Lula ser reelegido, consolidando un nuevo tipo de apoyo popular al gobierno, paralelo a la recuperación del crecimiento. Esa tendencia tuvo que ver directamente con el cambio del equipo económico del gobierno y de sus prioridades generales, que abandonó la orientación conservadora de la política económica, sustituyéndola por un modelo de desarrollo que articulaba estructuralmente crecimiento económico con políticas de distribución del ingreso.

En su análisis sobre estas elecciones, Aldé, Mendes y Figueiredo (2007: 82-83) indican lo siguiente:

O Globo y O Estado de S. Paulo no quisieron dar espacio a opiniones positivas respecto de Lula. Mientras sucedía eso, Folha de S. Paulo permitió que opiniones divergentes tuvieran espacio en el periódico... Sin embargo, es esencial que se traiga a colación que, en lo referido a las opiniones emitidas sobre el presidente Lula, hay una notable convergencia entre los tres periódicos. Eso significa decir que la faceta más equilibrada y pluralista de la Folha desaparece cuando se trata de evaluar la postura del presidente Lula al comando de la nación y juzgar su agenda programática. En este caso, también la Folha abrió poco espacio para el debate, manteniendo un fuerte trazo anti-Lula en sus partes editoriales.

A diferencia de los análisis que concibieron el triunfo del PT en las elecciones de 2006 como una confirmación de la “derrota de los medios” (Lima, 2006) lo ocurrido no supone que se haya anulado la incidencia de estos últimos. Lo que se produjeron fueron nuevos alineamientos como efecto de la producción de sentido de las distintas mediaciones que atraviesan el espacio público. El triunfo de Lula en 2006 no implicó una reducción de la influencia de los medios sobre la población, sino la conjugación de los discursos mediáticos con otras mediaciones que complejizaron los efectos producidos (Mundim, 2010). Los realineamientos fueron expresión de formas alternativas de comunicación y de, según Lima (2006: 63):

...factores como la organización de la sociedad civil y sobre todo, la comunicación directa que el presidente Lula mantuvo con una parte significativa de la población por medio de viajes, discursos y un programa semanal de radio “sin edición” -el “Café con el Presidente” de Radiobrás-.

El período que va desde el “mensalão” de 2005 hasta las elecciones de 2006 demostró la capacidad de Lula para la construcción de un liderazgo a partir de lo que Panizza (2013) denomina como *intervenciones populistas*, por la vía del *lulismo* (Singer, 2009; 2012), anclado en el atomizado “subproletariado” del Nordeste, que había mejorado su existencia a partir de las políticas sociales y de desarrollo económico. Éste fue el modo en que esta fuerza política pudo resolver entonces la crisis de representación política, a través de un presidente que, por encima de los partidos y trazando un antagonismo débil entre el pueblo y las elites, asumía la representación de los pobres que se sentían identificados con su liderazgo.

El segundo mandato de Lula (2007-2010), a diferencia del carácter experimental y dificultoso del primero, resultó una instancia de maduración de los resultados de las políticas sociales y el crecimiento económico, factores que contribuyeron a la consolidación del liderazgo del presidente, que finalizó el gobierno con el 80% de evaluación positiva por parte de los brasileños²⁴. Por su parte, Anderson (2011: 31) opina que:

...el segundo mandato de Lula fue mucho más confiable que el primero. Ahora, él no era solamente el dueño indiscutible del afecto popular, en la condición de primer presidente en conseguir un modesto bienestar para una gran parcela de su pueblo, sino que controlaba de forma completa su propia administración. Sus dos principales ministros se habían ido a casa²⁵.

24 “Avaliação positiva de governo Lula sobe para 80%—CNI/Ibope”, *O Estado de São Paulo*, 16/12/2010. Consultado: 05/08/2013. Disponible en: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,avaliacao-positiva-de-governo-lula-sobe-para-80-cniibope,654410,0.htm>.

25 En efecto, las acusaciones de haber tenido participación en escándalos de corrupción que sufrieron José Dirceu, que oficiaba como Jefe de la Casa Civil y tenía una importante representación al interior del PT, así como Antonio Palocci, que resultaba Ministro de Economía, reemplazado por Guido Mantega, produjeron la renuncia de estos ministros y le permitieron como consecuencia no buscada al presidente Lula un mayor margen de decisión en las directivas de su gobierno.

La consolidación de su popularidad permitió al presidente mayor autonomía para esbozar iniciativas de activismo mediático gubernamental (Kitzberger, 2010) que podían entrar en tensión con las expectativas de los actores dominantes del sistema de medios. El capital político obtenido por Lula y su legitimidad como líder le brindaron cierta autonomía en la formulación de iniciativas para efectuar cierta regulación del sector, a pesar de que éstas no se materializaron en la práctica. En este escenario más favorable, durante su segundo gobierno Lula nombró como Secretario de Comunicación a Franklin Martins, quien elaboró un ante-proyecto que correspondía evaluar al próximo gobierno²⁶. Sin embargo, este proyecto no fue continuado al iniciarse el posterior gobierno, y las iniciativas de una mayor regulación fueron canceladas a partir del nombramiento de políticos pertenecientes al Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB) en el Ministerio de Comunicaciones. Con respecto a las implicancias del nombramiento de Martins, señala Kitzberger (2013: 25):

Si bien Martins no pertenecía al mundo conformado en torno de las luchas por la democratización mediática, su trayectoria de militancia en la izquierda de los sesenta, compartida con algunos miembros del movimiento, facilitó el establecimiento de puentes con dicha comunidad. Desde la SECOM, Martins usó su conocimiento del campo periodístico para terciar en el manejo de la agenda pública. Teniendo la responsabilidad por la distribución de la publicidad oficial, profundizó decisivamente un proceso de reorientación y regionalización de la pauta publicitaria.

Las iniciativas más importantes en materia de reformar el sistema de medios (Waisbord, 2013) se produjeron hacia fines del segundo gobierno de Lula, seguramente en función de la mayor legitimidad democrática del presidente brasileño. Señala Kitzberger (2013: 28-29):

La 1era Conferencia Federal de Comunicación, realizada en Brasilia en diciembre de 2009, reunió más de 1600 delegados electos democráticamente en las 27 conferencias realizadas en los estados de la federación. De ella salieron 570 propuestas votadas que, según la promesa presidencial, serían un insumo para un futuro proyecto de ley para regular el sector de

26 "Franklin defiende agencia reguladora para a mídia", 08/10/2010, *O Estado de S. Paulo*, P19.

las comunicaciones (Lima, 2011)...A seis meses de concluir su mandato, Lula creó por decreto otra comisión liderada por la SECOM y compuesta de miembros de otros organismos y niveles del Estado, con el propósito de ‘elaborar estudios y presentar propuestas –sin plazo establecido– de revisión del marco regulatorio de la organización y explotación de los servicios de telecomunicaciones y de radiodifusión’. A fines de 2010, a semanas de la transición presidencial, se organizó en Brasilia un importante seminario internacional –participaron organismos como UNESCO, reguladores de Gran Bretaña, España, Portugal, Estados Unidos y Argentina, además de organizaciones sociales, profesionales de medios y académicos– sobre regulación de medios en el que la comisión hizo público un primer resultado. De ese evento surgió la iniciativa de elaborar un anteproyecto que quedaría como legado para la presidencia de Dilma Rousseff.

En este sentido, tiene cierta validez lo que señala Anderson (2011), respecto que la capacidad de comunicación directa de Lula con las masas brindó al presidente una mayor autonomía que interrumpió un ciclo, minando el papel de los medios en la formación del escenario político brasileño. Sin embargo, la popularidad del mandatario no alteró de forma estructural las condiciones ni la influencia del sistema de medios sobre el escenario político, sino que esta reducción de su influencia operó de forma circunstancial, ligada a la permanencia del liderazgo carismático presidencial durante la extensión de su mandato.

Durante la campaña por las elecciones de 2010, a pesar de la intención de periódicos como *Folha de S. Paulo*, que intentaban desacreditar la imagen de la candidata Dilma a partir de deformar su actuación en grupos de resistencia durante la dictadura²⁷, ésta venció al candidato opositor del PSDB José Serra en segunda vuelta, con el 56% de los votos.

27 Venício Lima, “A inquestionável partidização da imprensa”, en *Carta Maior*, 25/01/2013.

3. El gobierno de Dilma Rousseff: entre una visión presidencial “liberal” y las aspiraciones partidarias de reforma

A pesar de la continuidad en sus grandes líneas de la política del “equilibrio inestable” -entre las pretensiones petistas de regulación hacia el sector y la conciliación práctica de *realpolitik* que habían caracterizado al gobierno Lula- el mandato de la presidenta Dilma Rousseff²⁸ se caracterizaría por ciertas diferencias respecto de la relación tramada con los medios de comunicación.²⁹ Si bien durante el gobierno de Lula, el mercado y la situación de concentración mediática existente no serían alteradas, sí existiría por parte del mandatario en ciertos contextos el trazado de una frontera política (Aboy Carlés, 2010) respecto de los medios como adversarios políticos (Goldstein, 2011). A modo de ejemplo, durante la campaña de 2010, Lula señalaba:

la verdad es que nosotros tenemos a nueve o diez familias que dominan toda la comunicación de este país. La verdad es que uno viaja por Brasil y tiene dos o tres familias que son dueñas de los canales de televisión. Y los mismos son los dueños de las radios y los mismos son los dueños de los periódicos”. Además, agregaba que la prensa “debe asumir categóricamente que tiene candidato y partido, dejando de vender una neutralidad disfrazada³⁰”.

28 Dilma ingresó al gobierno desde su cargo como Ministra de Minas y Energía en el primer mandato de Lula, destacándose por su capacidad técnica y su competencia para componer acuerdos público-privados en el sector eléctrico, lo que la llevó al importante cargo de Jefa de la Casa Civil, en reemplazo de José Dirceu a partir del estallido del “mensalão”. En este nuevo cargo, la economista habría garantizado de modo eficiente la implementación de los Programas de Aceleración del Crecimiento (PAC).

29 El profesor Jean Tible, en una reciente entrevista que le realizamos con motivo de esta investigación (24-03-2014, San Pablo), señala una cuestión fundamental, y es que, a diferencia de Lula, que proviene del sindicalismo del ABC paulista, donde la negociación resultó una constante en el desarrollo de su carrera política, Dilma ha construido su trayectoria en torno a dos espacios que se han caracterizado por una toma de decisiones verticalistas. Estos son: su participación en una organización armada de izquierda durante la dictadura (VAR-Palmares) y en el Partido Democrático Trabalhista (PDT) de Lionel Brizola, el cual, por su proveniencia de la tradición varguista, heredó también el verticalismo. Este señalamiento se vuelve trascendente para comprender la diferencia de orígenes políticos y el tipo de liderazgo que encarnan ambos mandatarios.

Desde inicios de su gobierno, con las exigencias de renuncia a funcionarios y ministros de su equipo gubernamental que se encontraban cuestionados en los medios de prensa por acusaciones de corrupción³¹, Rousseff demostró su pretensión de establecer una mayor aproximación entre la agenda gubernamental y la agenda trazada por los principales medios de comunicación. En principio, esta iniciativa le permitió a Dilma un aumento de la aprobación de su gobierno. Así como la presidenta pretendía definir su mandato por un mayor énfasis en cuestiones institucionales, su posición “liberal” respecto de los medios de comunicación más importantes formaba parte de ese aditamento institucional que pretendía adoptar su mandato³².

Al mismo tiempo, la persistencia de las reivindicaciones históricas del PT por obtener una regulación de los medios se evidenciaron en el 4to Congreso Nacional Extraordinario del partido realizado en 2011, donde la Resolución Política correspondiente señalaba exigencias divergentes respecto del ideario presidencial:

Para nosotros, es una cuestión de principio repudiar cualquier intento de censura o restricción a la libertad de prensa. Pero el periodismo amarillo de ciertos medios, que a veces llega a las prácticas ilegales, debe ser responsabilizado cada vez que se falsean los hechos o distorsionan informaciones para calumniar, injuriar o difamar. La inexistencia de una Ley de Prensa, la falta de reglamentación de los artículos de la Constitución que tratan de la propiedad cruzada de los medios, la falta de respe-

30 “Lula rebate acusação de autoritarismo”, *O Estado de S. Paulo*, 24/09/2010, PA12.

31 Esta iniciativa supuso el alejamiento de varios funcionarios que enfrentaban sospechas de corrupción: el ministro de Agricultura Wagner Rossi, dirigente del PMDB, que se sumaba al ministro de la Presidencia, Antonio Palocci (PT) y el ministro de Transportes Alfredo Nascimento (PR). Las decisiones generaron tensiones al interior de la coalición de gobierno, principalmente respecto de las alianzas que mantiene el PT con el PMDB, que cuenta con el Vicepresidente Michel Temer y con una importante proporción de diputados y senadores.

32 Entendemos aquí cierta concepción política de la mandataria en una pretensión de que el Estado debe preservar la división de los poderes y no entrometerse en una regulación de los medios de comunicación. Es decir, según la tradición liberal, es el mercado y sus propias capacidades el que deberá autorregular la cuestión de los medios en su relación con la sociedad, significando cualquier intromisión estatal en este área atentar contra las libertades de expresión (Waisbord, 2013).

to a los derechos humanos presente en los medios, el dominio mediático de pocos grupos económicos que restringen la democracia, silencian voces, marginan multitudes crea un clima de imposición de una única versión para Brasil. Es la creciente partidización, la parcialidad, la cobertura de los hechos para sustento del noticiero lo que preocupa a todos los que luchan por medios de comunicación que sean efectivamente democráticos. Por todo eso, el PT lucha por un marco regulatorio capaz de democratizar los medios del país. Las reformas institucionales no estarán completas si no son acompañadas de una más profunda democratización de la comunicación.

Así también, durante 2012, año en que se produjo el juzgamiento por parte del Supremo Tribunal Federal (STF) del mensalão, el cual generó fuertes críticas de intelectuales y militantes petistas por su “moralización” e involucramiento en la campaña de elecciones municipales, no obtuvo expresiones públicas al respecto por parte de la presidenta, que consideró este juzgamiento como correspondiente al Poder Judicial, sobre el cual no debería haber intromisiones desde su función presidencial.

Al no poseer el liderazgo carismático y fundacional de Lula, y al esbozar una línea de mayor conciliación y menos confrontación con los medios de comunicación, en este aspecto las definiciones presidenciales de Dilma generaron tensiones al interior del PT, que posee una historia de importantes reivindicaciones acerca de una “democratización de los medios”. En este sentido, nos señalaba de forma crítica en una entrevista Valter Pomar:

“El punto central es que tanto Lula como Dilma no quisieron entrar en una pelea acertada pero difícil contra los medios. Esto se debe, en lo fundamental, a un análisis estratégico equivocado de ambos. En mi opinión, el análisis y la estrategia incorrecta consiste esencialmente en no percibir que concierne al gobierno dirigir el proceso de quiebre del oligopolio. Más allá de eso, añadiría otras opiniones incorrectas al respecto, que ambos, o gente ligada a ellos, ocasionalmente manifiestan:

1. No comprender que la comunicación es un derecho, tanto como la salud y la educación, correspondiéndole por lo tanto al Estado garantizar ese derecho.
2. No comprender que las empresas privadas de comunicación son la dirección ideológica, política y organizativa de la derecha brasileña.

3. No comprender que la estrategia adoptada por la izquierda brasileña sólo tendrá éxito si quebramos el oligopolio de la comunicación.
4. Aceptar la tesis de que el “control social” es igual a la censura.
5. Creer que la universalización de la banda larga permite hacer un bypass en el oligopolio (más o menos como creer que distribuyendo televisiones para todos los brasileños se quiebra el monopolio de la televisión)³³.

A diferencia de Lula, que durante las campañas de 2006 y 2011 estableció la mencionada frontera política con los medios de comunicación (Alberto Dines, entrevista), Dilma manifestó una mayor pretensión por lograr un equilibrio de poder sin tensiones con estos sectores. En Febrero de 2011, con motivo del cumplimiento del aniversario de los 90 años del periódico *Folha de S. Paulo*, la presidenta Rousseff (2011) expresó que “...el gobierno debe saber convivir con las críticas de los periódicos para tener un compromiso real con la democracia”. Además, señaló que en Brasil, con “...una democracia tan nueva, debemos preferir el sonido de las voces críticas de la prensa libre al silencio de las dictaduras”³⁴.

En definitiva, el trazado de una estrategia que aspira al equilibrio con los grupos de medios como factores de poder, aspirando a una reducción de las críticas por la no intromisión de iniciativas reguladoras en el sector, parece haber sido la política implementada en grandes trazos por el PT en estos diez años. A pesar de la importancia que cobraron circunstancialmente los llamados provenientes del partido a la “democratización de los medios” durante las distintas crisis políticas, los gobiernos de Lula y Dilma han mantenido firmemente su pretensión de no establecer regulaciones en el mercado. Sin embargo, el “liberalismo” que caracteriza la visión de la actual mandataria ha añadido un mayor obstáculo para las demandas de regulación. Con respecto al tema, Kitzberger (2013: 15) señala:

33 Valter Pomar, conversación vía mail, 28/01/2013 y 09/09/2013.

34 “Dilma diz que governo deve conviver com críticas da imprensa”, *Folha de S. Paulo*, 21/02/2011. Disponible en: <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/879101-dilma-diz-que-governo-deve-conviver-com-criticas-da-imprensa.shtml>

Las políticas de acomodación del gobierno nacido en 2003 se hicieron visibles básicamente en tres dimensiones: primero, en el contraste entre el activismo legislativo (especialmente en la bancada del PT y los demás aliados de izquierda) y la inercia del Poder Ejecutivo; segundo, en la asistencia ofrecida a los grandes medios en el contexto de la crisis financiera; tercero –y más importante por sus consecuencias– en la política de nombramientos en los ministerios y cargos clave.

La dificultad de realizar una reforma en el sistema de medios por parte del gobierno brasileño se remite a la necesidad de garantizar la gobernabilidad y las alianzas parlamentarias con el PMDB. Así, la existencia del denominado “coronelismo electrónico” (Lima, 2006) solidifica vínculos estrechos entre elites políticas y propiedad de los medios de comunicación, un entramado de intereses creados difícil de desarticular. Añade Kitzberger (2013: 13) en este sentido que:

Un límite residía en el poder simbólico-comunicativo de los grandes actores mediático-periodísticos, en especial en su capacidad incidir en la relación del gobierno con la opinión pública y la sociedad. Cualquier intento de poner en discusión cualquier clase de regulación del sector implicaba –previsiblemente– una declaración de guerra con los actores que dominaban el campo mediático. De entrada los medios fueron particularmente sensibles y propensos a sobrereaccionar ante la presencia en el entorno de Lula de figuras, como la de José Dirceu, a las que se ligaba a una ideologizada ‘voluntad de ejercer el control social de los medios’.

El sentimiento por parte de periodistas de los grandes medios de que una regulación significa la pretensión de establecer censura se desprende de lo que nos señalaba quien fuera presidenta de la ANJ (Asociación Nacional de Periódicos) durante el período e importante directiva en la *Folha de S. Paulo*, Judith Brito, en una entrevista:

Así como en el gobierno de Fernando Henrique Cardoso, vivimos el gobierno de Lula en plena libertad de prensa. Pero en el gobierno Lula era evidente el deseo de algunos sectores en el poder de limitar el libre ejercicio del periodismo. A comienzos del gobierno de Lula, por ejemplo, hubo un intento de crear un Consejo Federal de Periodismo, que tendría poderes para in-

terferir en la producción periodística. El propio gobierno, con todo, volvió atrás en esa iniciativa, reconociendo su inadecuación. Además, políticos y militantes que apoyaban al gobierno de Lula insistieron mucho en lo que llamaban el “control social de los medios”, pero la verdad es que el gobierno no terminó llevando adelante ninguna propuesta en ese sentido. Ahora, en el gobierno de Dilma, la presidente ha sido muy clara de que no admite ninguna iniciativa contraria al principio mayor y constitucional de la plena libertad de prensa. Ella ha repetido, en distintos momentos: ‘Prefiero el bullicio de la prensa libre al silencio de las dictaduras’.

En cierta medida, puede sostenerse que el gobierno brasileño, una vez recuperado en su capital político luego del mensalão en 2005 a partir del liderazgo presidencial de Lula, con demostrada capacidad en 2006 para sobreponerse a una cobertura adversa de los medios de comunicación, reconstruyó la política de “equilibrio inestable” y priorizó por sobre el activismo mediático una solución de “coexistencia pacífica” que significaba posponer la “amenaza” de la regulación del sistema de medios a cambio de obtener una cobertura menos crítica hacia el gobierno.

Conclusiones

Como se ha podido observar en este trabajo, las necesidades de garantizar la gobernabilidad durante los gobiernos de Lula y Dilma en Brasil supusieron que las premisas fundamentales de la política de medios fuesen compartidas por ambos mandatos, con el propósito de evitar un conflicto en espiral con este sector. Sin embargo, resulta importante señalar que mientras Lula entró en ciertas tensiones con los medios de comunicación, particularmente durante las campañas presidenciales de 2006 y 2010, señalándolos desde el discurso político como adversarios, Dilma ha procurado una posición que busca eludir la tensión con estos sectores desde una posición “liberal”, percibiendo el involucramiento del gobierno en iniciativas de regulación hacia los medios como una intromisión en la división de poderes.

En definitiva, y como se indica en el apartado anterior, el gobierno brasileño, durante la década petista de Lula y Dilma, una vez alcanzado un nuevo equilibrio propio de un liderazgo presidencial de Lula de alta popularidad, con demostrada capacidad en 2006 para sobreponerse a

una cobertura adversa de los medios de comunicación, escogió, más allá de ciertas iniciativas limitadas, una solución de coexistencia que significaba posponer la “amenaza” de la regulación del sistema de medios a cambio de obtener una cobertura menos crítica del gobierno.

Referencias bibliográficas

- ABOY CARLÉS, Gerardo. 2010. “Populismo, regeneracionismo y democracia”. En: POSTDATA. Vol. 15. Buenos Aires.
- ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. 2007. “Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006”. En: Venício Lima (org.) *A mídia nas eleições de 2006*. Fundação Perseu Abramo. San Pablo.
- ANDERSON, Perry. 2011. “O Brasil de Lula”. En: *Novos Estudos Cebrap*. Nº 9.
- AZEVEDO, Fernando. 2009. “A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006)”. En: *ECO-Pós*. Vol. 12. Nº 3. Septiembre-diciembre.
- AZEVEDO, Fernando. 2008. “Imprensa, Partido dos Trabalhadores e eleições presidenciais (1989-2006)”. En: XVII encuentro COMPÓS. San Pablo.
- AZEVEDO, Fernando. 2006. “Democracia e mídia no Brasil: um balanço dos anos recentes”. En: Goulart, Jefferson (comp.). *Mídia e democracia*. Annablume. San Pablo.
- DUARTE, Jorge. 2010. “Havia um clima de beligerância”. Entrevista a Ricardo Kotscho en Singer, André (comp.) *No Planalto, com a Imprensa*. Secretaria de Prensa. Presidencia de la República. Brasília.
- FILMUS, Daniel. 2009. Entrevista a Lula Da’Silva. *Presidentes de Latinoamérica*. Canal Encuentro.
- FONSECA, Francisco. 2005. *O consenso forjado: a grande imprensa e a formação da Agenda Ultraliberal no Brasil*. Editora Hucitec. São Paulo.
- GOLDSTEIN, Ariel y CAMELLINI, Sebastián. 2012. *Medios y política en América Latina: una comparación entre las elecciones del Brasil 2006 y el Perú 2011*. En: *Question*. Vol. 1. La Plata.
- GOLDSTEIN, Ariel. 2011. “Los conflictos entre los medios y los gobiernos sudamericanos: el caso del primer gobierno de Lula en Brasil”. En: *Argumentos*. Revista de Crítica Social. No. 13.
- GOLDSTEIN, Ariel. 2012. “Liderazgos de oposición al primer gobierno de Lula da Silva: el caso del PSDB”. En: *Memorias*. Nº 17. Universidad del Norte, Barranquilla.

- GOLDSTEIN, Ariel. 2013. De la expectativa a la confrontación: O Estado de S. Paulo durante el primer gobierno de Lula da Silva. Tesis de Maestría. Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES). Universidad Nacional de San Martín (UNSAM).
- HERSCOVITZ, Heloisa. 2007. "Lula vs. Larry Rohter. Misconceptions in international coverage". En: *Brazilian Journalism Research*. Vol. 1. Nº 1.
- KITZBERGER, Philip. 2013. "La política de medios en las presidencias de Luis Inácio Lula da Silva: entre las demandas de democratización y los imperativos de gobernabilidad". En: *Desarrollo Económico*, Buenos Aires.
- KITZBERGER, Philip. 2010. "Giro a la izquierda, populismo y activismo gubernamental em la esfera pública mediática en América Latina". En: Bernardo Sorj (comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*. Siglo XXI. Buenos Aires.
- KUCINSKI, Bernardo. 1998. *A síndrome da antena parabólica*. Fundación Perseu Abramo. San Pablo.
- LIMA, Venício. 2006. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. Editora Fundação Perseu Abramo. San Pablo.
- MUNDIM, Pedro. 2010. "Imprensa e Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras de 2002 e 2006". Tesis Doctoral. Instituto Universitario de Pesquisas de Río de Janeiro (IUPERJ).
- PANIZZA, Francisco. 2013. "What Do We Mean When We Talk About Populism?". En: De La Torre, Carlos y Arnson, Cynthia (eds.). *Latin American Populism in the Twenty First Century*. Baltimore and Washington. The Johns Hopkins University and the Woodrow Wilson Center Press.
- PARANA, Denise. 2010. *Lula, el hijo del Brasil*. Editorial El Ateneo. Buenos Aires.
- PILAGALLO, Oscar. 2012. *Historia da imprensa paulista: jornalismo e poder de D. Pedro a Dilma*. Tres Estrelas. San Pablo.
- PORTO, Mauro. 2002. "Enquadramentos da mídia e política", Trabajo presentado en el XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS. Caxambu/MG, Brasil. 22 a 26 de octubre de 2002.
- PORTO, Mauro. 2012. *Media Power and Democratization in Brazil: TV Globo and the Dilemmas of Political Accountability*. Vol. 8. Routledge.
- ROVAI, Renato. 2007. "As muitas derrotas da mídia comercial tradicional" En: Venício Lima (org.) *A mídia nas eleições de 2006*. Fundação Perseu Abramo. San Pablo.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas y COLLING, Leandro. 2006. "Política, cultura e cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2006". En: *Mídia e democracia*, Goulart, Jefferson (comp.), Annablume, San Pablo.

- RUBIM, Antonio. 2004. "Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política, mídia e cultura". En: Antonio Rubim (org.) Eleições presidenciais em 2002: ensaios sobre mídia, cultura e política. Hacker Editores. San Pablo.
- SADER, Emir. 2013. "A construção da hegemonia pós-neoliberal". En: Sader, Emir y Gentili, Pablo (comps.) 10 anos de governos pós neoliberais no Brasil: Lula e Dilma, Boitempo. San Pablo.
- SECCO, Lincoln. 2011. Historia do PT, Atelié Editorial. San Pablo.
- SINGER, André. 2012. Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador. Companhia das Letras. San Pablo.
- SINGER, André. 2009. "Raízes Sociais e Ideológicas do Lulismo". En: Novos Estudos Cebrap. Vol. 85.
- WAISBORD, Silvio. 2013. Vox Populista. Medios, periodismo, democracia. Gedisa. Buenos Aires.

Entrevistas:

- DINES, Alberto. San Pablo. Fecha: 5 de abril de 2012.
- DINES, Alberto. Río de Janeiro. Fecha: 1 de abril de 2014.
- ROSSI, Clovis. San Pablo. Fecha: 9 de abril de 2012.
- BUCCI, Eugenio. San Pablo. Fecha: 30 de marzo de 2012. Entrevista vía mail. Fecha: 24 de enero de 2013.
- TIBLE, Jean. San Pablo. Fecha: 24 de marzo de 2014.
- BRITO, Judith. Entrevista vía mail. Fecha: 18 de octubre de 2012.
- D'AVILA, Sergio. Entrevista vía mail. Fecha: 18 de abril de 2012.
- CARTA, Mino. San Pablo. Fecha: 9 de abril de 2012.
- KOTSCHO, Ricardo. San Pablo. Fecha: 27 de marzo de 2012.
- POMAR, Valter. Entrevistas vía mail. Fechas: 23 de febrero de 2012 y 9 de septiembre de 2013.