

O contexto de implantação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina: relações entre os campos político e midiático

Eduardo Covalesky DIAS¹

Resumo

O artigo pretende elencar alguns dos fatores que levaram à implantação da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual na Argentina e como se deram as relações entre os campos político e midiático e a concepção do projeto de lei, proposto a partir da atuação da Coalición por una Radiodifusión Democrática. O trabalho aponta alguns conflitos simbólicos entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín que levaram ao afastamento entre os dois após um período de acordos mútuos. Por fim, analisa o funcionamento da atual Lei de Meios em relação à Lei de Radiodifusão, implantada durante a ditadura de Jorge Videla e vigente até 2009.

Palavras-chave: Lei de meios audiovisuais. Kirchner. Clarín. Campos sociais. Conflitos.

Introdução

A Lei de Meios Audiovisuais foi sancionada e promulgada na Argentina em 10 de outubro de 2009. Baseada em princípios de liberdade de expressão e pluralidade, os 21 pontos básicos que norteiam a redação da Ley nº 26.522 foram debatidos e definidos no dia 27 de agosto de 2004, quando a Coalición por una Radiodifusión Democrática, formada por um grupo de sindicatos, universidades, organizações sociais, rádios comunitárias, pequenas rádios comerciais e órgãos de direitos humanos, se reuniu para construir a base de uma nova lei. O documento viria a substituir a antiga lei nº 22.285, de 15 de setembro de 1980, promulgada no governo do ditador Jorge Videla, baseada em princípios da Doutrina de Segurança Nacional, política norte-americana voltada a países da América Latina como forma de conter a expansão do comunismo no contexto da Guerra Fria.

No artigo 5 do texto da lei nº 22.285, que definia sobre finalidade e interesse público, falava-se que:

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná. E-mail: educovalesky@gmail.com

Los servicios de radiodifusión deben colaborar con el enriquecimiento cultural de la población, según lo exigen los objetivos asignados por esta ley al contenido de las emisiones de radiodifusión, las que deberán propender a la elevación de la moral de la población, como así también al respeto de la libertad, la solidaridad social, la dignidad de las personas, los derechos humanos, el respeto por las instituciones de la República, el afianzamiento de la democracia y la preservación de la moral cristiana.

A Lei de Meios Audiovisuais promulgada no governo Kirchner apresenta um conceito mais amplo sobre o que é o interesse público, assinado por vários órgãos civis, no artigo 3. Dentre os 15 itens, destaca-se como objetivo:

La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional

A diferença textual é uma das características que demarcam a mudança na dinâmica de funcionamento dos meios audiovisuais argentinos a que se propõe a lei atual, restringindo práticas monopólicas e mudando a forma de administração e o órgão regulador de tais atividades, dentre várias outras mudanças. Em decorrência disso, houve a resistência por parte dos grupos midiáticos afetados pela aplicação da lei, conflito simbólico este que já percorre mais de três anos em uma guerra de medidas cautelares na Justiça, que suspendem artigos da lei.

Para entender o contexto de implantação da Lei de Meios Audiovisuais na Argentina, é necessário entender o contexto político deste período, no que tange às relações entre o campo político e midiático.

A noção de campo social é problematizada por Pierre Bourdieu, especialmente ao discutir o conceito de poder simbólico. O autor dá ao campo social o sentido de espaço de disputa e domínio de experiência por um viés sociológico.

Em “Sobre a Televisão”, Pierre Bourdieu conceitua o campo social como

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

Para o sociólogo, nas relações entre campos, há dissonâncias, tensões, já que considera campo um espaço de lutas, marcado por interesses em manter ou mudar as forças ali presentes.

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

(...) o resultado ou o efeito de uma gênese, de um processo de autonomização secularizante bem sucedido, graças à aquisição da capacidade de impor, com legitimidade, regras que devem ser respeitadas num determinado domínio da experiência, baseadas numa indagação racional metodicamente conduzida. (RODRIGUES, 1999, p. 18)

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

Por tornar-se o centro das relações tensionais entre vários campos sociais, o campo midiático se caracteriza pela gestão de conflitos. “Esta centralidade faz do campo um espaço social de negociação permanente: dos diferentes campos sociais com o campo dos media e dos diferentes campos sociais entre si” (ESTEVEZ, 1998, p. 170). No entanto, a relação entre os canais oficiais é produzida em termos formais e explícitos, enquanto a relação com as mídias acontece de uma maneira latente e implícita, baseado num sistema de compensações mútuas, que se evidenciam quando há ações políticas ou econômicas que se tornam aproveitadas por ambos, como uma ação política realizada em benefício da relação governamental com a mídia.

Néstor e Cristina Kirchner X Grupo Clarín

Desde 2003, quando Néstor Kirchner assumiu a presidência da Argentina, o crescimento econômico do país era constante. Kirchner chegou ao poder em meio a um processo eleitoral particular: dentre 19 candidatos, três deles eram do mesmo partido, o Partido Justicialista (PJ). O PJ “havia se convertido no fim dos anos 90 em uma

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

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

Na Argentina esse tipo de neologismo formado a partir de um sobrenome tem sido usual para designar grupos ou correntes políticas que, sem ofertar princípios programáticos bem definidos, fazem do pedido de adesão a um indivíduo e aos que lhe destacam seu emblema principal. (SIDICARO, 2011, p. 83)

A gestão de Néstor Kirchner se manteve em afinidade com o campo midiático do início ao fim do mandato. O país vivia um período de crescimento econômico em diversos setores, exemplificado pelo PIB: um crescimento de 95% desde 2003. Às vésperas das eleições presidenciais, em 2007, a relação entre o Grupo Clarín era cordial. A situação permitia que Néstor Kirchner pudesse se candidatar à reeleição. No entanto, o projeto kirchnerista previa uma alternância de poder entre o casal na Presidência da República, de forma a buscar a perpetuação no poder (MAJUL, 2009). Impulsionada pela aprovação a Néstor Kirchner, a então senadora pela província de Buenos Aires ascendeu à presidência com vitória em primeiro turno, com 45,3% dos votos.

Para garantir uma boa gestão a Cristina, havia, no entendimento de Néstor, a necessidade de uma boa relação com o campo midiático. Em dezembro de 2007, foi assinada pelo então ministro do Comércio, Guillermo Moreno, a fusão entre duas

operadoras de TV a cabo, a Cablevisión e a Multicanal. Juntas, elas representariam 47% do mercado nacional do setor.

A dissonância entre o *Grupo Clarín* e o governo Kirchner se tornou evidente a partir de 2008, quando no primeiro ano de mandato a presidenta Cristina determinou um aumento nos impostos sobre exportação de grãos da Argentina. O aumento nos impostos foi uma forma que o governo criou para se utilizar dos lucros de um setor em franca expansão e aumentar o superávit fiscal.

A medida presidencial foi o estopim para a maior crise na gestão kirchnerista até então. A Resolução 125/2008 do dia 12 de maio de 2008 determinava um sistema de retenções móveis para a exportação agrícola (trigo, milho, soja e girassol), proporcional ao preço internacional das commodities. A medida desagradou à sociedade patronal agrária, que uniu grupos distintos de representação e iniciou uma série de paralisações com o intuito de forçar a suspensão da resolução. Sarlo (2011) afirma que, como resultado das mobilizações, houve um entendimento por parte de setores de classes médias urbanas de que o conflito agrário era democrático e institucional, e se posicionaram em nome da oposição, a favor da elite rural: “rodearan a los chacareros y a los grandes sojeros como si fueran una súbita vanguardia republicana” (SARLO, 2011, p. 215-216).

O conflito agrário se tornou também urbano e se desenvolveu em sua dimensão simbólica. Neste momento, a cobertura midiática de meios privados se posicionava em favor das entidades patronais agrárias, para desagrado dos Kirchner. O Grupo Clarín, aliado até o início do mandato de Cristina, tornava-se o alvo. “Se ha repetido hasta el cansancio que Kirchner fue amigo del Grupo Clarín mientras convergieron sus intereses y que se volvió enemigo a causa de la línea difundida por el diario durante el conflicto agrario” (SARLO, 2011, p. 217).

A crise de gestão se agravava também pelo posicionamento do vice-presidente Julio Cobos em favor dos ruralistas, o que, segundo Majul (2009), por pouco não resultou na renúncia da presidenta. O atrito entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner se tornou mais evidente a partir deste conflito.

A principal proposta cidadã para a democratização das comunicações foi apresentada em 2004 pela *Coalición por una Radiodifusión Democrática*, que elencava os 21 pontos norteadores do texto da nova lei. A *Coalición* foi uma ampla aliança formada em torno da demanda por uma democratização midiática, que visava a

retomada de espaços democráticos junto à radiodifusão. A antiga lei, nº 22.285, configurava a comunicação como um bem comercial com controle do Estado, o que excluía entidades sem fins lucrativos, que não podiam ser licenciárias de serviços de radiodifusão.

As tentativas de alteração na Lei de Radiodifusão esbarravam, desde a década de 1980, na resistência encontrada pela reação de sindicatos patronais organizados. Já a gestão de Carlos Menem colaborou para a flexibilização da Lei de Radiodifusão a fim de possibilitar a constituição legal de conglomerados multimidiáticos. A Lei 23.696 de Reforma do Estado consagrou a desregulação, a privatização e a desmonopolização para todas as políticas públicas, incluindo as de comunicações. No segundo mandato, a abertura do setor de radiodifusão e de telecomunicações para o capital financeiro transnacional e a incorporação de novas tecnologias e serviços fortaleceram o oligopólio no país (SEGURA, 2011, p. 89).

Neste contexto, organizações civis, movimentos sociais, universitários e sindicatos do campo da comunicação começaram a se articular politicamente de forma a enfrentar modificações na lei nº 22.285. Esse ponto de mudança, segundo Segura (2011), parte de uma percepção de que havia a necessidade não só de ter acesso aos grandes meios, controlar os existentes e ter seus próprios meios, mas também lutar pela democratização do sistema comunicacional geral.

A situação política argentina dava indicadores de que a mudança poderia acontecer em um governo alinhado a um pensamento de centro-esquerda. As circunstâncias de tal ato, no entanto, não poderiam ser previstas. Segura (2011) coloca o governo Kirchner no contexto da nova esquerda latino-americana e traça características da gestão com base em outros autores, ao encontro de apontamentos feitos por Sidicaro (2011) anteriormente:

La llegada al poder de fuerzas políticas “cuya orientación programática era contraria a los esquemas neoliberales aplicados hasta entonces” (Nazareno, 2010: 175) y que, en conjunto, pueden ser ubicadas en sentido amplio “a la izquierda del centro” (Panizza, 2005: 716) en la medida en que “presentan desafíos al *stablishment* económico y activan a los sectores populares” (Etchemendy, 2008: 104), impulsan políticas más estatistas que sus antecesores, desarrollan diversas medidas de inclusión de ciertos actores sociales en el gobierno y de participación en la definición de algunas políticas públicas (Etchemendy, 2008: Panizza, 2005), fue vista como una oportunidad por las organizaciones que impulsaban reformas democratizadoras en las políticas de comunicación en la región. (SEGURA, 2011, p. 95)

De 2004, quando as bases para a nova lei foram definidas pela Coalición, até o início de 2009, quando o projeto de lei que substituiria a Lei de Radiodifusão entrou na pauta do Congresso Nacional, vários fatos envolvendo a relação entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín permearam esse processo. A boa relação entre os dois até o início de 2008, período anterior aos conflitos agrários, possibilitou negócios que causaram discordâncias internas junto aos grupos que defendiam a nova lei. Em 2005, o governo Kirchner publicou o Decreto nº 527, que suspendia por dez anos o vencimento das concessões aos proprietários dos meios de comunicação de massa. A medida gerou crise dentro da Coalición, que deixou de funcionar por vários meses. Voltou à cena, justamente, durante o conflito agrário, quando o governo começou a questionar a atuação dos meios de comunicação na cobertura do conflito e legitimou o discurso e os 21 pontos pela democratização dos meios debatido há anos pela Coalición.

O processo de instituição da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual nº 26.522, conhecida popularmente como Lei de Meios Audiovisuais, esteve permeado por relações de poder nas três esferas: o Estado, o mercado e a sociedade civil. É necessário definir o que representa a sociedade civil.

A partir do conceito de Bobbio (1987), a sociedade civil é entendida como um lugar ampliado em que cabem todas as instituições presentes na sociedade e organizadas fora da estrutura estatal. A definição é tomada a partir das reflexões de Gramsci, de que existem duas esferas distintas: a sociedade política e a sociedade civil – inclui-se nesta, usualmente, as instituições econômicas, o que mais tarde Gramsci incluiria como uma terceira esfera. Há uma questão funcional fundamental para que haja o discernimento e a abertura de uma esfera a mais neste sentido: o interesse. Tal abertura se torna visível no fim do século 19, quando as auto-organizações começam a surgir.

A Lei de Meios Audiovisuais é um emaranhado complexo de relações baseadas nos três interesses decorrentes da diferenciação entre as três esferas: o poder, atribuído ao Estado; o lucro, atribuído ao mercado; e a cidadania, atribuída à sociedade civil organizada. Por cidadania, utiliza-se o conceito de Faxina (2012) que, por sua vez, constrói sua teoria a partir de Cortina (2005), Chauí (1984) e Dagnino (1994), dentre outros:

Tida como o conjunto de direitos e deveres ao qual uma pessoa está sujeita na sua relação com a sociedade em que vive, mas também na sua condição de indivíduo, a cidadania é resultado de um processo em permanente construção. Sua natureza não é estática, acabada, é processo. Não é, portanto, um conceito que exprime algo já dado, configurado, mas está em constante

transformação, ganhando nuances próprias em cada sociedade, por ser construída, como toda prática humana, de acordo com a cultura local. Por ser produzida culturalmente, ela só é passível de construção no processo de alteridade. (FAXINA, 2012, p. 94)

Neste sentido, pois, a Coalición, na Argentina, é formada por um conjunto de segmentos da sociedade civil (sindicatos, grêmios, coletivos universitários e de direitos humanos, entre outros) que perceberam, desde a redemocratização do país, em 1983, a necessidade de democratizar o acesso aos meios de comunicação do país. A legislação vigente, de 1980, não possibilitava o acesso ao espectro eletromagnético de radiodifusão de maneira plural e igualitária e centralizava o controle dos meios junto a uma comissão formada pelo Executivo, por empresários do ramo e por setores de inteligência do governo. Por uma questão política: durante a Ditadura Militar, o controle dos meios de comunicação estava subordinado ao Poder Executivo Nacional, e a Lei de Radiodifusão tinha como um dos objetivos a segurança nacional.

Los servicios de radiodifusión deberán difundir la información y prestar la colaboración que les sea requerida, para satisfacer las necesidades de la seguridad nacional. A esos efectos el Poder Ejecutivo Nacional podrá establecer restricciones temporales al uso y a la prestación de todos los servicios previstos por esta ley. (LEY 22.285, 1980, artículo 7)

A Lei de Meios Audiovisuais produz várias mudanças com relação à Lei de Radiodifusão, o que trataremos a seguir. A partir destas mudanças, sistematicamente explicitadas no projeto de lei que tramitou no Congresso Nacional antes de sua aprovação, pretende-se analisar as relações de poder perceptíveis em alguns pontos. Sabe-se que, até hoje, alguns dos artigos da lei nº 26.522 seguem tendo sua aplicação e constitucionalidade questionadas pela Justiça – que, não obstante, também participa do jogo de poder disputado entre o governo Kirchner e o Grupo Clarín, com constantes acusações de corrupção por parte dos juízes federais.

Desde novembro de 2009, o Grupo Clarín mantinha constantes vitórias na Justiça ao suspender, por meio de medidas cautelares, os artigos 161 e 41. O primeiro determina um período de um ano a partir da instituição da lei para que os grupos midiáticos que detivessem número de concessões acima do permitido se adequassem aos critérios estabelecidos. O segundo afirma que as licenças dos serviços de comunicação audiovisual são intransferíveis. Tais medidas, se aplicadas, prejudicariam

o Grupo Clarín, que deveria se desfazer de 90% de suas concessões – todas excedentes ao que diz a lei – num prazo de um ano, sem a chance de transferi-las.

Em dezembro de 2012, o juiz Horacio Alfonso, da Cámara Civil y Comercial Federal, havia decidido em favor da constitucionalidade de todos os artigos da Lei de Meios. A decisão abriu precedente para uma apelação por parte do Clarín para que se habilitasse o recesso judicial de janeiro para o andamento do processo. A decisão mais recente, tomada no dia 17 de abril de 2013, considera os artigos 161 e 41 constitucionais. No entanto, outros dois artigos cruciais para a manutenção das licenças do Grupo Clarín foram declarados inconstitucionais: os artigos 45 e 48. O primeiro delimita um número máximo de licenças de canais por cabo e o segundo refere-se a práticas de concentração indevida, que diz que “se considera incompatível a titularidade de licenças de distintas classes de serviços entre si quando não deem cumprimento aos limites estabelecidos nos artigos 45, 46 e concordantes”. O tribunal considerou fundamental distinguir os meios de comunicação que usam espectro radioelétrico dos que não requerem, como é o caso das TVs por cabo.

Atualmente, o julgamento da constitucionalidade da lei tramita na Corte Suprema, após a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA) apelar contra a inconstitucionalidade dos dois artigos. O julgamento dará sentença em última instância com relação à lei, o que deve ocorrer ainda no segundo semestre de 2013.

Lei Nº 22.285/1980 X Lei Nº 26.522/2009

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

Com a aplicação da lei em vigência, algumas mudanças já podem ser percebidas. No entanto, há uma vasta gama de alterações que necessitam um aprofundamento sobre a situação midiática na Argentina. O completo cumprimento da lei, por exemplo, pode alterar em muito a situação de concentração dos meios e a descentralização dos serviços

audiovisuais no país. O Clarín possui 240 licenças de rádio e TV no país (incluindo canais de TV a cabo, o que, de acordo com a nova lei, é absorvido pela necessidade de adequação). Se a lei for declarada constitucional na sua totalidade, e se novos recursos em favor do Clarín não forem efetivados – como é o caso da lei de meios de âmbito municipal, proposta pelo governador da província de Buenos Aires, Maurício Macri², e da província de Córdoba, José Manuel De La Sota³ - o grupo midiático sofrerá um abalo considerável em sua estrutura econômica, sendo obrigado a se desfazer de 90% de suas concessões atuais de rádio e TV. De acordo com as propostas destes governadores, abertamente apoiadas pela oposição ao kirchnerismo e pelos meios de comunicação empresariais, os projetos protegeriam os grupos midiáticos situados nas duas províncias, eximindo de cumprimento à lei federal.

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

O sistema e a pluralidade de vozes democratiza o espaço de debate sobre os serviços de comunicação audiovisual do país, ainda que o presidente da AFSCA seja atribuído pelo Poder Executivo. No entanto, o órgão permite a participação da oposição por meio de representantes das três maiores bancadas do Congresso Nacional. Neste caso, o conflito entre o campo midiático e o campo político se manifestou em novembro de 2012, quando um parlamentar de oposição ao kirchnerismo Alejandro Pereyra, designado para fazer parte da AFSCA, teve sua designação bloqueada pelo governo após ser questionado por entidades da sociedade civil⁴ pela sua participação como advogado de empresas midiáticas e por falsificar dados de seu currículo. A impugnação gerou conflitos políticos entre o Legislativo e o Executivo, após o Clarín noticiar⁵ que partidários da oposição (Frente Ampla Progressista) criticaram Cristina por bloquear a participação de vozes contrárias no órgão administrativo dos meios.

² <http://www.lanacion.com.ar/1582116-macri-busca-frenar-con-un-decreto-la-ofensiva-contra-los-medios>

³ <http://www.lanacion.com.ar/1583047-de-la-sota-anuncio-un-proyecto-de-ley-para-proteger-la-libertad-de-prensa>

⁴ <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-208509-2012-11-24.html>

⁵ http://www.clarin.com/politica/Bloquean-designacion-director-oposicion-AFSCA_0_816518469.html

O artigo que fala sobre conteúdos de interesse público é relevante para corroborar ações governistas que confrontaram diretamente o Grupo Clarín. Aliás, essa é uma das grandes ressalvas quanto à efetividade da Lei de Meios, que traz uma gama de inovações democráticas ao setor, porém é contaminada pelo enfrentamento explícito em querer enfraquecer o conglomerado acima da plena aplicação da lei, através dos vieses possíveis de ação política. Dentro de interesse público, o artigo 77 da Lei de Meios fala sobre a necessidade de garantir o direito ao acesso universal de conteúdo informativo relevante e de acontecimentos esportivos, encontros futebolísticos ou outro gênero esportivo.

Com base neste artigo e no plano de enfraquecimento econômico do Grupo Clarín – um dossiê, conforme Majul (2009) –, o governo argentino negociou com a Associação de Futebol Argentino (AFA) a compra dos direitos de transmissão de todas as partidas de futebol da Primeira Divisão Nacional. Como “carro-chefe” da programação, a transmissão futebolística foi responsável pela reestruturação da TV Pública, reorientou a pauta publicitária a partir de um negócio de 600 milhões de pesos anuais durante 10 anos. Mais do que isso, forçou uma decisão unilateral por parte da AFA de romper um contrato com a TyC Sports que já durava mais de 10 anos. À época, no contrato firmado entre a AFA e a Chefatura de Gabinete de Ministros, houve a promessa de que o valor que excedesse 600 milhões de pesos de arrecadação seriam 50% direcionados ao esporte olímpico e amador. Até hoje, a publicidade arrecadada com o programa Fútbol para Todos nunca excedeu o valor anual do contrato e o direito de transmissão das competições é cedido às emissoras alinhadas ao governo. O descompasso rende um projeto de lei⁶ em debate na Câmara de Deputados para que haja cessão onerosa de no mínimo 70% dos direitos de transmissão das competições esportivas a outros canais de TV aberta com o objetivo de diversificar a arrecadação publicitária.

Mais do que um conteúdo de interesse público, o programa Fútbol para Todos é o principal produto midiático do governo para fazer frente à audiência do Canal 13 com o programa Periodismo para Todos, transmitido no domingo à noite e que, semana após semana, tem denunciado esquemas de corrupção no governo⁷. É também uma das

⁶ <http://www1.hcdn.gov.ar/proyxml/expediente.asp?fundamentos=si&numexp=8497-D-2012>

⁷ <http://www.lanacion.com.ar/1583926-admiten-que-cambian-los-horarios-del-futbol-por-el-rating-de-lanata>

ferramentas utilizadas para explicitar o conflito simbólico, por meio de peças publicitárias como o 7D⁸, uma referência à data de 7 de dezembro de 2012, tida como limite para que o Grupo Clarín se desfizesse das licenças excedentes ao que dizia a lei.

Considerações finais

A aplicação da Lei de Meios é resultado de um conflito de poder entre o campo midiático e o campo político, atravessados por atores coletivos posicionados em uma terceira esfera pública: a sociedade civil organizada, representada por diversos órgãos. Muitos deles, a partir da aplicação da lei, possuem espaço no Conselho Federal de Comunicação Audiovisual. Isto, sem dúvida, expande o espaço cidadão e a democracia dentro do novo sistema geral de comunicação massiva.

É necessário se analisar com cuidado os fatores que motivam a aplicação da lei, por isso é essencial que se entenda o contexto em que o conflito entre o kirchnerismo e o Grupo Clarín começou. Com base nestas informações, consegue-se visualizar as causas e as consequências do conflito em um âmbito macro. Pontualmente, a cobertura midiática trata o embate em suas particularidades. Isso torna a análise sobre o processo de instituição da Lei de Meios bastante complexa e subjetiva. Na atual situação governamental da Argentina, o conflito soa ideológico. Em sua origem, porém, é baseado nos três interesses explicitados por Faxina (2012) quanto às esferas públicas.

A sociedade civil organizada percebeu a necessidade de uma nova Lei de Meios e se organizou politicamente para isso a partir de ações legitimamente democráticas. O processo de inserção na pauta presidencial durou pelo menos quatro anos – de 2004 a 2008 – até que houvesse o interesse por parte da gestão presidencial de levar a cabo o projeto. Como parte de um plano para enfraquecer economicamente o maior grupo midiático do país – que, após 7 anos de proximidade com o governo, voltou-se contra as medidas em defesa da livre iniciativa e do setor econômico – e fortalecer o próprio poder, Cristina investiu na instituição da Lei de Meios Audiovisuais, concebida como uma voz de pluralidade e fortalecimento de rádios comunitárias e canais de TV de entidades sem fins lucrativos. A efetivação deste benefício à sociedade civil é mantida longe do discurso midiático empresarial, que não costuma citar a participação de outros

⁸ <http://www.lanoticial.com/noticia/7d-el-video-de-cristina-contra-clarin-por-la-ley-de-medios-en-futbol-para-todos-54442.html>

organismos fora da bipolaridade entre campos político e midiático. Em sua essência, no texto e em seu propósito (mais ainda se comparada à antiga Lei de Radiodifusão), a Lei de Meios Audiovisuais é democrática e bastante louvada por organismos internacionais de liberdade de expressão e de direitos humanos, mas bastante criticada por associações midiáticas empresariais de vários países justamente por enfrentar os monopólios e as concentrações indevidas de concessões públicas de rádio e TV.

A contextualização histórica imbricada em acontecimentos políticos e relações de poder descritas neste trabalho mostram a situação do embate entre o Grupo Clarín e o governo Kirchner, mas de forma alguma encerra ou resume os fatos. A Lei de Meios está em vigor há quase quatro anos, mesmo tempo em que medidas cautelares e julgamentos em várias instâncias se arrastam na Justiça. Constantemente, por parte do campo político, partem ações em defesa da empresa, e há o interesse de ter ao seu lado a opinião do grupo que se mantém como o maior conglomerado multimidiático do país, apesar das investidas governamentais.

Referência

ARGENTINA. Lei n. 26.522, de 10 de outubro de 2009. Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. **Boletín Oficial de la República Argentina**, Buenos Aires, 10 out. 2009. Disponível em: < <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2013.

ARGENTINA. Lei n. 22.285, de 15 de setembro de 1980. Fíjanse los objetivos, las políticas y las bases que deberán observar los servicios de radiodifusión. **Boletín Oficial de la República Argentina**, Buenos Aires, 15 set. 1980. Disponível em: < <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2013.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo**: para uma teoria da cidadania. São Paulo: Loyola, 2005.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura e Democracia**. São Paulo: Moderna, 1984

DAGNINO, Evelina. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: Dagnino, Evelina (org.). **Anos 90 - Política e Sociedade no Brasil**. São Paulo, Ed. Brasiliense, 1994.

ESTEVES, J. P. **A ética da comunicação e os media modernos**: Legitimidade e poder nas sociedades complexas. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Junta Nacional de Investigação Científica e Tecnológica, 1998.

FAXINA, E. **Do mercado à cidadania: o desafio das transformações dos sujeitos discursivos, das institucionalidades e das narrativas jornalísticas na TV pública brasileira**. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

GARCÍA LEIVA, M. T. Fin de milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno Fernando de la Ruá. In: **Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

RODRIGUES, A. D. **Experiência, Modernidade e Campo dos Media**. Lisboa, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>>. Acesso em: Maio 2011.

MAJUL, L. **El Dueño**: La historia secreta de Néstor Kirchner, el hombre que maneja los negocios públicos y privados de la Argentina. Buenos Aires: Planeta, 2009.

SARLO, B. **La audacia y El cálculo – Kirchner 2003-2010**. Buenos Aires: Sudamericana, 2011

SEGURA, M. S. La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. **Argumentos. Revista de crítica social**, Córdoba, n. 13, Outubro 2011.

SIDICARO, R. El partido peronista y los gobiernos kirchneristas. **Nueva Sociedad**, n. 234, p. 74-94, Julho/Agosto 2011. ISSN: 0251-3552.