

Los gobiernos de hegemonía del Partido de los Trabajadores (PT) y los medios de prensa. Las elecciones de 2014 y la crisis política del segundo gobierno de Dilma Rousseff*

Ariel Alejandro Goldstein (Argentina)**

Resumen

Este artículo analiza la coyuntura que se extiende desde la campaña de las elecciones presidenciales de 2014 en Brasil hasta los primeros meses del segundo mandato de Dilma Rousseff, a partir de la perspectiva interdisciplinaria de medios y política. Luego de realizar una reconstrucción de la relación entre medios y política durante los dos gobiernos de Lula da Silva y el primero de Rousseff, el artículo sugiere que durante la campaña presidencial de 2014 los principales medios de prensa intentaron perfilar inicialmente como “candidata revelación” a Marina Silva, proyectando sus posibilidades; al constatar que no entraría al balotaje apoyaron al candidato Aécio Neves, a la vez que buscaron involucrar a Rousseff en escándalos de corrupción. Finalmente, se considera el escenario político del segundo mandato de Rousseff, donde la candidata de la coalición de hegemonía petista, si bien ha triunfado electoralmente, se encuentra actualmente con restricciones en su accionar político originadas, entre otros factores, por su inacción en la política de regulación de los medios.

[94]

Palabras clave

Gobierno; Medios de Comunicación; Elecciones; Partido de los Trabajadores (PT); Brasil; Rousseff, Dilma.

Fecha de recepción: julio de 2015 • **Fecha de aprobación:** octubre de 2015

Cómo citar este artículo

Goldstein, Ariel Alejandro. (2016). Los gobiernos de hegemonía del Partido de los Trabajadores (PT) y los medios de prensa. Las elecciones de 2014 y la crisis política del segundo gobierno de Dilma Rousseff. *Estudios Políticos*, 48, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 94-114. DOI: 10.17533/udea.espo.n48a06

* Este artículo es parte de la investigación financiada por el Consejo Nacional de Investigaciones Técnicas y Científicas (Conicet), Argentina, entre 2011 y 2015. Agradezco especialmente los comentarios y las críticas realizados por los árbitros a este artículo; sin duda han contribuido a enriquecerlo con sus agudas observaciones.

** Licenciado en Sociología. Magíster en Ciencia Política. Doctor en Ciencias Sociales. Docente e investigador del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe, Universidad de Buenos Aires. Correo electrónico: arielgoldstein@hotmail.com

The Hegemonic Governments of the Partido dos Trabalhadores (PT) and Their Relationship with the Media. The 2014 Brazilian Elections and the Political Crisis of Dilma Rousseff's Second Administration

Abstract

This article analyzes the situation that comes from the 2014 presidential election campaign in Brazil until the first months of Dilma Rousseff second term, from the interdisciplinary perspective of "media and politics." After a reconstruction of the relationship between media and politics during the two Lula Administrations and Rousseff's first term, the article suggests that during the presidential campaign of 2014, the mainstream news media initially tried to present Marina Silva as a "breakthrough candidate," but when they realized that she could not win, they supported the candidate Aécio Neves, while they tried to involve Dilma Rousseff in corruption scandals. Finally, the study considers the political scene in Rousseff's second term, where the candidate of the PT coalition, although electorally successful, is currently under restrictions on her political actions due, among other factors, by the lack of media regulation.

Keywords

Government; Mass Media; Elections; The Workers' Party (Partido dos Trabalhadores-PT); Brazil; Rousseff, Dilma.

[95]

Introducción

El presente artículo analiza la relación entre los medios de prensa y los gobiernos de hegemonía del PT, focalizado en el periodo de la campaña electoral de 2014 en Brasil hasta los primeros meses del segundo mandato de Dilma Rousseff. Cabe destacar que la concentración de la propiedad mediática en Brasil expresa una situación de oligopolización 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).

El abordaje metodológico se inscribe en el campo interdisciplinario inaugurado por los estudios brasileños de medios y política (Lima, 2006; Azevedo y Rubim, 1998; Rubim y Colling, 2006; Porto, 2002, 22-26 de octubre), 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 esta área 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; a su vez, se avanza a partir de estrategias de recolección de datos que combinan técnicas de análisis cuantitativas y cualitativas (Porto, 2002, 22-26 de octubre), tales como entrevistas a los actores involucrados, análisis del discurso y “encuadres” de los medios de prensa (Gamson y Modigliani, 1989), así como el análisis de los escenarios de representación política.

Dada la cercanía temporal con el proceso, la formulación de este artículo está constituida principalmente por aproximaciones analíticas sobre la base de fuentes secundarias y el análisis empírico de editoriales y titulares de periódicos de forma no sistemática. No obstante, en tanto varios de los aspectos considerados presentan continuidad con investigaciones previas (Goldstein, 2014; 2015a), este nuevo análisis aporta al conocimiento sobre la relación entre los medios de prensa y la política en el Brasil actual.

La elaboración de una síntesis analítica sobre el vínculo de los principales medios de prensa con los gobiernos del PT en el periodo 2003-2015 considerando el estudio de ciertos editoriales y titulares a partir de sus encuadres más relevantes, así como a partir de entrevistas a actores clave y fuentes secundarias, permite identificar el rol que estos medios desempeñaron, especialmente en el periodo crítico que se extiende desde las elecciones de 2014 hasta el actual contexto del segundo gobierno de Rousseff, iniciado en 2015.

1. El inestable equilibrio del gobierno de Lula da Silva: entre el conflicto y la negociación

La llegada en 2003 al Palacio del Planalto de un líder de origen popular por el Partido de los Trabajadores (PT)¹ supuso un recambio en la composición social de las elites políticas. En una sociedad marcada por históricas desigualdades estructurales y una política conducida por acuerdos de cúpula entre los sectores dominantes, la llegada de Lula a la presidencia implicó una *democratización social del poder político*; sin embargo, el nuevo proceso político que comenzaba fue percibido con desconfianza por ciertos grupos representantes de los sectores dominantes: elites políticas tradicionales, ciertos grupos económicos empresariales radicados en San Pablo, varios medios de comunicación de significativa audiencia. Puede sugerirse que, a partir de su llegada a la presidencia, la representación de Lula como máxima autoridad nacional actualizó, según Élio Gaspari (2006, agosto 28), la *demofobia* de ciertos grupos de poder en el país, que percibieron el ascenso de Lula, especialmente aquel punto donde confluían su trayectoria política y su biografía personal, como un cuestionamiento al naturalizado lugar de privilegio que estos grupos ocupaban en la sociedad.

A pesar de representar durante esos años lo que ha sido caracterizado como un “reformismo débil”, André Singer (Becker y David, 2013, enero 1) sostiene que existe una divergencia de los sectores dominantes con respecto al *lulismo*, dado que:

El proyecto del capital financiero es otro. Es un proyecto más conservador que este, más regresivo en relación al desarrollo económico del país, la distribución del ingreso y, por lo tanto, aquello que es el punto central

¹ La excepcionalidad de este triunfo radicó no solamente en las características de quien se erigió como primer mandatario, sino en las propias del Partido de los Trabajadores (PT), que emergió en la política brasileña con una composición y democracia internas que constituyen una experiencia inusual en Latinoamérica.

de mi discusión, que es el problema de la igualdad. El capital financiero es muy refractario a mejorar las condiciones de igualdad. Y, en función de eso, aunque el capital acepte el lulismo, lo tolere algunas veces más, y otras veces menos —porque el lulismo es un sistema de arbitraje, y como no todos los intereses del capital están siendo atendidos todo el tiempo, hay una tensión— diría que el proyecto de corazón del capital no es un reformismo débil, sino un proyecto propiamente conservador.

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) ejercieron una importante posición en representación de estos intereses. La situación desfavorable en términos de representación de visiones afines al PT en los medios de la prensa brasileña se mantuvo en forma constante durante los gobiernos de hegemonía del PT —excepto la revista *Carta Capital*—, aspecto resaltado por los propios petistas en reiteradas ocasiones.

[98] 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), en un formato que presentaba una lógica opuesta a la unidireccionalidad de los medios tradicionales (Lima, 2006). En este sentido, el Secretario de Prensa en los inicios del gobierno de Lula, Ricardo Kotscho (2006), destaca que hubo un *shock* cultural en Brasilia con la llegada de Lula al gobierno. A diferencia de Fernando Henrique Cardoso, Lula estableció en sus apariciones públicas un vínculo directo con su auditorio, lo cual generaba dificultades para la seguridad y los fotógrafos, ya que “Lula paraba en cualquier lugar para conversar con las personas, cosa que Fernando Henrique no hacía” (p. 430).

Se trataba de un liderazgo presidencial de alta popularidad, que a través de sus discursos directos dirigidos a las audiencias pretendía escapar a las mediaciones tradicionales de los periodistas, disputando así la construcción de la agenda pública. Las tensiones que existieron entre el Presidente y los medios de prensa se debían también a la concepción negativa que Lula tenía de los últimos, tomando como antecedente el boicot que habrían realizado contra su campaña en 1989 (Porto, 2012).

A comienzos del gobierno de Lula puede señalarse que, a tono con los primeros cien días de margen que suele brindar la prensa a los gobiernos, así como con las promesas de moderación realizadas por el candidato del PT durante la campaña electoral de 2002, tanto *O Estado de S. Paulo* como *Folha de S. Paulo* —este último desde una visión más crítica— adoptaron

una posición de cierta expectativa frente al Gobierno. Esto se reflejaba también en el discurso del principal partido de oposición, el Partido de la Socialdemocracia Brasileña (PSDB), que se suscribía a los lineamientos iniciales del Gobierno, donde una importante iniciativa se relacionaba con la necesidad de aprobar una conservadora Reforma de la Jubilación.

Sin embargo, a pesar de la adopción de cierta neutralidad en los medios hacia la candidatura petista en 2002, durante el transcurso del gobierno estos fueron cambiando hacia una postura crítica (Rubim y Colling, 2006). Posteriormente, el surgimiento del escándalo del *mensalão* en mayo de 2005 supuso un centramiento de la agenda pública en torno a la temática de la corrupción. La crisis política se originó a partir de las tensiones al interior de la heterogénea alianza parlamentaria que el PT estableció para garantizar la gobernabilidad: Partido Liberal (PL), Partido Popular Socialista (PPS), Partido Laborista Brasileño (PTB) y Partido Democrático Laborista (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 PTB de estar detrás del desvío de dinero en la empresa pública de correos. Al intuir que por estos hechos no recibiría el apoyo del Palacio del Planalto (Pilagallo, 2012), decidió realizar una serie de denuncias que tuvieron un efecto explosivo. En una entrevista del 6 de junio a la *Folha de S. Paulo*, acusó al PT de pagar una mensualidad a los parlamentarios de la base aliada a cambio de apoyo al gobierno de Lula en el Congreso. La conmoción que produjo en la opinión pública tuvo por efecto una significativa erosión del capital político del Gobierno, un incremento en la polarización entre este 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 esta crisis y las dificultades para divulgar una agenda alternativa por parte del Gobierno, debido a la crítica de los principales medios de prensa, Lula reforzó sus apariciones en actos públicos en distintas localidades del país con organizaciones y movimientos sociales, con la intención de consolidar núcleos de apoyo que le permitieran sortear estas dificultades (Secco, 2011).

La crisis política del *mensalão* supuso un momento de alta tensión y de conflictividad en las relaciones entre el Gobierno y los medios de comunicación. A partir de allí, 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. 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, 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, adoptando un posicionamiento de “presunción de culpa” (Lima, 2006).

En este contexto, un encuadramiento dominante compartido por *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* y *O Globo* para caracterizar durante esta crisis política el liderazgo de Lula fue considerarlo como un “populismo chavista” (Goldstein, 2015b). En estos periódicos, se catalogaron los discursos del presidente Lula como propios del “chavismo” y la demagogia. Estas acusaciones pretendieron la reducción de estas interpelaciones populares por parte del Presidente, promoviendo encuadres descalificadores sobre las mismas.

[100] Tras las acusaciones de corrupción hacia el partido de gobierno, el PSDB eligió como candidato a la Presidencia en 2006 a Geraldo Alckmin, que se presentaba a sí mismo con el discurso de la “eficiencia” y la “transparencia” como valores constitutivos. Un aspecto relevante acerca de la decisión programática de hacer de la corrupción uno de los temas centrales de la agenda política de cara a las elecciones (Goldstein, 2012). Los medios de prensa, *O Globo* y *O Estado de S. Paulo*, mostraron durante esta campaña electoral una convergencia con la agenda del candidato opositor del PSDB, en torno a dos puntos: las denuncias de corrupción centradas en el gobierno de Lula y la defensa de una privatización de las empresas estatales (Goldstein, 2015b).

El periodo que comprende desde el *mensalão* de 2005 hasta las elecciones de 2006 demostró la capacidad de Lula para la construcción de un liderazgo por la vía del *lulismo* (Singer, 2009; 2012), anclando los sectores populares del Nordeste que habían mejorado sus condiciones de vida a partir de las políticas sociales y de desarrollo económico. Este fue el modo en que esta fuerza política pudo resolver entonces la crisis del gobierno, a través de un Presidente que, por encima de los partidos y trazando un antagonismo débil entre el pueblo y las elites, asumió la representación de los pobres que se sentían identificados con su liderazgo, venciendo por un significativo margen —60,8 frente a 39,1— en la segunda vuelta de las elecciones de 2006.

El segundo mandato de Lula (2007-2010), a diferencia del carácter experimental y dificultoso del primero, fue una instancia de maduración de los resultados de las políticas sociales y el crecimiento económico, factores que contribuyeron a la consolidación de su liderazgo, que finalizó el Gobierno con el 80% de evaluación positiva por parte de los brasileños (Goy, 2010, diciembre 16).

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 casa (Anderson, 2011, p. 31).

La consolidación de su popularidad, su capital político y legitimidad le permitieron a Lula 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, así como en la formulación de iniciativas para efectuar cierta regulación del sector, a pesar de que no se materializaron en la práctica. Durante su segundo gobierno, Lula nombró como secretario de Comunicación a Franklin Martins, que elaboró un anteproyecto que correspondía evaluar al próximo gobierno; sin embargo, al iniciarse, esta y otras iniciativas de una mayor regulación fueron canceladas a partir del nombramiento de funcionarios adscritos al PMDB en el Ministerio de Comunicaciones. 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 su mayor legitimidad democrática (Kitzberger, 2013).

[101]

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

A pesar de que durante la campaña por las elecciones de 2010 periódicos como *Folha de S. Paulo* intentaron desacreditar la imagen de Rousseff a propósito de su actuación en grupos de resistencia durante la dictadura (Lima, 2013, enero 25), ella venció al candidato opositor del PSDB José Serra en segunda vuelta, con el 56% de los votos.

Aunque Rousseff dio continuidad a dos grandes líneas de la política del “equilibrio inestable” de Lula —las pretensiones petistas de regulación de los

medios de comunicación y la conciliación práctica de *realpolitik*—, su primer mandato se caracterizó por ciertas diferencias. Si bien durante el gobierno de Lula el mercado y la situación de concentración mediática existentes no fueron alteradas, en ciertos contextos se trazó una *frontera política* respecto de los medios como adversarios políticos (Aboy, 2001).

Desde inicios de su gobierno, con las exigencias de renuncia a funcionarios y ministros de su equipo gubernamental que se encontraban cuestionados en los principales periódicos por acusaciones de corrupción, Rousseff demostró su pretensión de establecer una mayor aproximación entre la agenda gubernamental y la agenda trazada por importantes medios de prensa. Esto 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 del PT con el PMDB, que cuenta con el vicepresidente Michel Temer y con una importante proporción de diputados y senadores.

[102]

En principio, estas medidas le significaron a Rousseff un aumento en la aprobación de su gobierno. Así como la Presidenta pretendió definir su mandato por un mayor énfasis en cuestiones institucionales, su posición “liberal” respecto de los medios de comunicación más importantes formó parte de ese aditamento institucional que pretendía adoptar su mandato.² Al mismo tiempo, la persistencia de las reivindicaciones históricas del PT por obtener una regulación de los medios se evidenciaron en el 4.º Congreso Nacional Extraordinario del partido realizado en 2011, donde la resolución política correspondiente señalaba exigencias divergentes respecto del ideario presidencial.

Tras el juicio por parte del Supremo Tribunal Federal (STF) del *mensalão* en 2012 —generando fuertes críticas de intelectuales y militantes petistas por su “moralización” e involucramiento en la campaña de las elecciones municipales— Rousseff no se pronunció al respecto, considerando la potestad e independencia del Poder Judicial, en el que la Presidencia no debía intervenir.

² Entiéndase como la 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 debe autorregular la cuestión de los medios en su relación con la sociedad, y que cualquier intromisión estatal en esta área atenta contra la libertad de expresión (Waisbord, 2013).

Al no poseer el liderazgo carismático y fundacional de Lula, y al esbozar una línea de mayor conciliación con los medios de comunicación, se generaron tensiones al interior del PT, que posee una historia de importantes reivindicaciones acerca de una “democratización de los medios”.

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 solo 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 (Valter Pomar, comunicación personal, enero 28 y septiembre 9, 2013).

[103]

A diferencia de Lula, que durante las campañas de 2006 y 2011 estableció la frontera política con ciertos medios de comunicación definiéndolos como adversarios políticos, Rousseff pretendió un equilibrio de poder sin tensiones con estos sectores. En febrero de 2011, con motivo del cumplimiento del aniversario de los noventa años del periódico *Folha de S. Paulo*, la presidenta Rousseff señaló 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” (*Folha de S. Paulo*, 2011, febrero 2).

De este modo, a pesar de la importancia de los llamados provenientes del partido a la “democratización de los medios” durante las distintas crisis políticas, los gobiernos de Lula da Silva y Dilma Rousseff 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 sobre esta cuestión un mayor obstáculo para las demandas de regulación. A su vez, 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 las elites políticas y la propiedad de las licencias de radiodifusión, constituyendo un entramado de intereses creados difícil de desarticular.

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 significó posponer la “amenaza” de la regulación del sistema de medios a cambio de obtener una cobertura menos crítica hacia él.

3. El crujir de la política conciliadora: las manifestaciones de junio de 2013 y las elecciones presidenciales de 2014

[104]

En junio de 2013 una serie de manifestaciones irrumpieron de forma imprevista primero en San Pablo y luego en las principales capitales estatales del país, prolongándose durante varios meses. Las mismas, convocadas por el movimiento *Passe Livre*, comenzaron exigiendo una reducción en el precio del boleto del transporte público y luego derivaron hacia demandas más amplias, apuntando a la ineficiencia de los servicios públicos y la represión policial, generando la emergencia de nuevas expresiones ciudadanas. Las mismas brindaron las condiciones para un cuestionamiento de la polaridad propia del sistema de partidos instituido —PSDB-PT— y la emergencia de terceras opciones denunciando la “falsa polarización”. Para Rousseff, por estar al frente del Gobierno Federal, resultó complejo absorber el legado de las manifestaciones. Si por un lado era quien podía capitalizar estas reivindicaciones que se situaban mayormente a la izquierda del espectro político, por el otro, ser la primera representante del Gobierno la colocaba como parte de lo “establecido” y blanco de las protestas.

Las manifestaciones dieron cuenta del surgimiento de nuevas formas de participación y de un debilitamiento en las formas de la política jerárquica tradicional. En este sentido, las redes sociales —desde las

cuales fueron organizadas muchas de estas manifestaciones—, al habilitar formas de interacción contrarias al formato unidireccional propio de los medios tradicionales, permiten una crítica al poder en tiempo real que se retroalimenta, lo cual suele hacer estragos en los oficialismos que no adoptan un estilo de gestión abierta a un vínculo más horizontal con los ciudadanos. A su vez, las manifestaciones marcaron un límite a la alianza social desarrollista del periodo 2003-2013, dando cuenta de las tensiones que experimenta el pacto social construido en estos años de gobiernos de hegemonía del PT, entre las expectativas creadas y las realizaciones efectivas, en un contexto de economía de bajo crecimiento e inflación creciente.

A partir de estos acontecimientos, Rousseff experimentó dificultades para definir la agenda pública en torno a los temas de prioridad para su gobierno. Frente a la emergencia de estas manifestaciones que alteraron la fisonomía del escenario político, luego de unos días de sorpresa declaró estar escuchando la “voz de las calles”, reuniéndose con varios movimientos sociales; luego afirmó la necesidad de realizar una “reforma política” que fuera capaz de encauzar los reclamos y replantear el financiamiento privado de las campañas electorales, lo cual ha dado origen a resonados casos de corrupción. La clase política y el PMDB, principal aliado en el Congreso, apostaron al reflujo de las demandas y se acomodaron en la continuidad, lo cual impidió avanzar con esta reforma. Durante las manifestaciones, medios de prensa como *O Estado de S. Paulo* pasaron de las iniciales críticas, denunciando la alteración del orden público por parte de los manifestantes, a su reivindicación, comprendiendo que al redefinir su sentido, responsabilizando exclusivamente al gobierno de Rousseff por la “corrupción”, estas podrían deteriorar su capital político.

[105]

A principios de 2014 —año de elecciones presidenciales— comenzaron desde varios medios de prensa una serie de acusaciones acerca de la compra con sobreprecio de la refinería de Pasadena, en Texas, durante la administración de Lula en 2006, lo cual nuevamente puso al Gobierno a la defensiva, atacándolo en uno de los puntos que este pretendía fuera un pilar: la eficiencia administrativa.³ Sumado a esto, el ambiente de protestas previo al Mundial pareció restarle a la mandataria capacidad de definir la agenda pública en torno de sus políticas.

3 El editorialista de *O Estado de S. Paulo* José Neumann, afirmó que la cuestión de las denuncias de corrupción sobre el caso de Petrobras sería un tema sobre el cual iría a producirse un centramiento importante de los medios de prensa y que definiría en los siguientes meses la cobertura mediática, como efectivamente ocurrió (comunicación personal, marzo 20, 2014).

Desde agosto de 2014 la campaña electoral estuvo marcada por la inesperada muerte de Eduardo Campos, exgobernador de Pernambuco y candidato presidencial por el Partido Socialista Brasileño (PSB), en un trágico accidente aéreo. Las muertes políticas en un contexto de elecciones próximas tienen efectos difíciles de predecir. En ocasiones benefician a quienes son capaces de proclamar, por lazos de distinto tipo, de parentesco o afectivos-ideológicos, una cercanía como “herederos” del linaje del fallecido, capitalizando la emotividad popular que se despierta a partir de su muerte. La muerte de Campos, nieto del político progresista del Nordeste Miguel Arraes, no tan conocido hasta entonces en el ámbito nacional, brindó a Marina Silva —su compañera de fórmula a la vicepresidencia que había descartado inicialmente competir a la presidencia ya que debió ingresar en el PSB por carecer de una estructura partidaria— de la posibilidad de generar una “mistificación” de la campaña, una especie de legado que ella “recibe” y transforma por medio de la incorporación del dolor en fortaleza. La frase “no vamos a desistir de Brasil”, pronunciada por Campos en su última aparición mediática antes de su muerte, fue incorporada como pieza de la estrategia de *marketing* electoral de Silva. La candidata se encargó también de dar signos al *establecimiento* de que ejecutaría una política más afín a sus intereses que la de los gobiernos de hegemonía petista, adoptando la defensa de la independencia del Banco Central, así como a un candidato a vicepresidente, Beto Albuquerque, ligado a los intereses del agronegocio.

[106]

En este contexto, los principales medios de prensa demostraron su pretensión de desplazar el intervencionismo estatal que ha caracterizado al gobierno de Rousseff. El candidato ideal para estos sectores era quien pudiera desplazar al PT del poder. Tal como señala Singer (2012), aunque pasible de ser caracterizado como un “reformismo débil” y de que —como explicitó Lula— “nunca antes los banqueros ganaron tanto” como en su gobierno, el “lulismo” no responde a los intereses inmediatos del proyecto financiero conservador. Prueba de este rechazo del *establecimiento* al gobierno es que, ante el ascenso de las posibilidades electorales de la candidata Marina Silva, subieron las acciones de Petrobras y la Bolsa de San Pablo. El clima previo de las manifestaciones habilitó a su vez cierta redefinición de los clivajes políticos dominantes y allí las posibilidades para la emergencia de opciones que reivindicaran una “nueva política”, lo que sería el caso de Marina Silva.

Los mercados e influyentes columnistas y editorialistas de los medios de prensa como la *Folha de S. Paulo* quisieron situar a Silva en función de las encuestas de *Datafolha* como la “auténtica” alternativa frente a Rousseff (Mendoza, 2014, agosto 30), relegando a la opción más tradicional y

representativa de los sectores conservadores Aécio Neves, candidato del PSDB, en la disputa durante la campaña de la primera vuelta. Los medios buscaron introducir un “candidato revelación” en una disputa que parecía en principio pre-definida, posiblemente con la pretensión de incrementar su incidencia en la fijación de los temas de la agenda pública. Este juego entre las definiciones ideológicas antipetistas y las pretensiones comerciales de incrementar sus audiencias, posiblemente constituyó el marco de actuación de gran parte de los medios brasileños durante estas elecciones. Por su parte, Rousseff centró su estrategia de campaña sobre el lema del “cambio” en Brasil, tema significativo presente en las disputas electorales de 2002 (Panizza, 2004), y aún más presente en las expectativas de los votantes luego de las manifestaciones de 2013.

Como en elecciones previas, los principales medios de prensa resaltaron encuadres críticos durante la campaña frente al gobierno, apuntando contra Rousseff a propósito de una compra que habría tenido sobrepagos por parte de Petrobras, lo que sería una demostración de la “ineficiencia” y la “corrupción” de la gestión de la Presidenta. Sin embargo, el resultado de la primera vuelta excluyó finalmente a terceras opciones como Marina Silva, produciendo la polarización “tradicional” desde 1994 que enfrenta al PSDB contra el PT. A pesar de la continuidad de esta reiterada polarización, con el paso de los años las aristas que asumen estos clivajes se van reconfigurando a la luz de las transformaciones que experimenta la sociedad.

[107]

Los resultados de esta primera vuelta expresaron la emergencia de un clima de polarización entre el Nordeste que ha tenido altos niveles de crecimiento en los últimos años y se ha beneficiado por políticas sociales como el Bolsa Familia, y el Sur rico de estados como Paraná y Santa Catarina que votaron masivamente por Neves.⁴ Este resultado evidenció una distribución sociorregional del voto que presenta continuidades con las elecciones disputadas desde 2006, es decir, continúa presente lo que Singer (2012) denominó como un “realineamiento electoral”, producido a partir del escándalo de corrupción del *mensalão* en 2005, el cual generó el alejamiento de ciertos sectores medios respecto al Gobierno brasileño: en el Norte y Nordeste del país hubo fuerte votación por el PT, mientras que en el Sudeste y el Sur —con excepción de Minas Gerais y Rio Grande do Sul—, especialmente en San Pablo, predominó el voto “tucano” por el PSDB.

⁴ En la primera vuelta, en lugares como Santa Catarina, estado del Sur, como la localidad de Benedito Novo, Aécio Neves sacó el 77% de los votos. Mientras, en estados del Nordeste como Piauí —el más pobre de Brasil— y Ceará, Rousseff sacó porcentajes cercanos al 80%, como en la localidad de Campinas do Piauí con 88%.

Una marcada característica de estas elecciones resultó el distanciamiento que se presentó entre el sistema político y las complejas aspiraciones de la sociedad. En la primera vuelta, el PT obtuvo setenta diputados — dieciocho menos que en la elección de 2010— para integrar un Congreso cuya composición se caracteriza actualmente por el conservadurismo y la fragmentación. El legado de las manifestaciones de junio de 2013, que hicieron crujir la relación de representación entre gobernantes y gobernados, no se ha traducido al sistema político, generando la existencia de un sentimiento de disconformidad que se encuentra sin expresión. Este desencanto creciente de los representados con sus representantes está siendo actualmente afrontado por el gobierno de Rousseff.

[108] Durante esta elección, el periódico liberal y tradicional vocero de los sectores conservadores *O Estado de S. Paulo* (2014, octubre 8) llamó en principio a solidificar la alianza entre Marina Silva y Aécio Neves contra el “lulopetismo”, y durante la segunda vuelta instó a votar por este último como forma de resistir a la “corrupción petista”. En este sentido, los medios de prensa situaron inicialmente a Silva como la “candidata revelación” capaz de derrotar a Rousseff, relegando a Neves; y luego, cuando se conformó el balotaje entre Neves y Rousseff, varios medios se inclinaron por la candidatura del candidato *tucano*. La revista *Veja* (2014, octubre 29), que adelantó su publicación con el propósito de incidir en la votación de la segunda vuelta, quiso involucrar a Lula y a Rousseff con el escándalo de la compra de una refinería por parte de Petrobras con sobreprecio, destacando en su tapa que “ellos sabían de todo”. La *Folha de S. Paulo* demostró durante la segunda vuelta electoral una cobertura más equilibrada. Las denuncias de corrupción fueron instrumentadas desde los medios y replicadas por la campaña de Aécio Neves. En un contexto de polarización con una economía de bajo crecimiento, la estrategia de no confrontación con los medios elegida por el PT mostró su lado frágil, porque en este escenario de igualación en intención de voto entre los candidatos aumentó la incidencia de los medios como actores políticos.

La división que revelaron las elecciones brasileras entre el Nordeste y el Sur del país implicó una situación de polarización difícil de canalizar. El imaginario divisionista que afloró en el país, de cuya expresión es el crecimiento del prejuicio y la discriminación a los nordestinos que se visibilizó en las redes sociales, sin dudas ha incidido en la creación de un clima revanchista que ha resultado perjudicial para la coexistencia democrática en los primeros meses del segundo mandato de Rousseff.

4. Los primeros meses del segundo gobierno de Dilma Rousseff: ajuste económico, polarización y pedidos de *impeachment*

Los dilemas económicos con los cuales se encontró Rousseff en su nuevo gobierno presentan similitudes con los enfrentados por Lula tras su triunfo en las elecciones presidenciales de 2002. En ese entonces, mientras el ala izquierda del PT e intelectuales del partido reclamaban la ejecución de medidas que atendieran a las reivindicaciones históricas, Lula decidió designar como ministro de Economía a Antonio Palocci, un extrotskista devenido en defensor de la ortodoxia económica, para calmar a los mercados que habían mostrado su rechazo. Después de las elecciones de 2014, frente a un sector de la militancia petista que exigía respetar las promesas de campaña de “profundización” —incluso el clivaje planteado en términos de los pobres contra los ricos (Singer, 2014, noviembre 29)— la Presidenta decidió nombrar a Joaquim Levy, otro representante de la ortodoxia económica, para reemplazar al ministro de orientación desarrollista Guido Mantega. Esto debe señalarse con la salvedad de que mientras Palocci era un orgánico del partido, Levy es un economista formado en la Universidad de Chicago, ocupando posiciones en el gobierno de Fernando Henrique Cardoso.

[109]

La desconfianza y oscilación de los mercados en los últimos meses, así como el estancamiento, obligaron al nuevo gobierno a introducir un giro en materia económica; a su vez, los más importantes medios de prensa cuestionaron radicalmente la visión económica desarrollista sostenida por Mantega, forzando a Rousseff a substituirlo por una opción económica más ortodoxa (Singer, 2015).

La cuestión es significativa, pues remite a un punto central de la política de los gobiernos de hegemonía del PT, que supone la pregunta respecto de por qué el gobierno de Rousseff se ve acorralado por los mercados y los grandes medios luego de doce años de mandatos del mismo signo. ¿Es por una necesidad objetiva de respetar a los factores de poder o porque ha sido concesivo hasta el punto de no poder encontrar el modo de enfrentarlos?

Más allá de las distintas respuestas dadas a esta pregunta, esta decisión resulta inseparable del escaso margen que el ajustado resultado electoral de octubre le ha brindado al Gobierno brasileño, que evidenció una sociedad dividida con respecto a los rumbos que debería tomar el país.

La campaña electoral de 2014 demostró el antipetismo de ciertos medios conservadores que han instrumentalizado las denuncias de corrupción para desgastar al gobierno. Sin embargo, el “coronelismo electrónico”, concepto utilizado para caracterizar la articulación existente desde la transición democrática entre los intereses de las élites regionales como poseedoras de licencias de radiodifusión, dificultará mucho una posible “democratización”. El problema del PT es que, a diferencia de otros procesos políticos de la región, no ha disputado en forma contundente el sentido común construido por los medios de comunicación dominantes sobre determinados temas. Es por esto que Emir Sader (2014, octubre 11) caracterizó la política de comunicación del gobierno en estos doce años como “desastrosa” y considera como el “mayor error” no haber avanzado en la “democratización de los medios de comunicación”.

[110] Hay actualmente lo que puede llamarse como un ciclo del desencanto de la ciudadanía en Brasil, de los gobernados hacia los gobernantes. Las elecciones de 2014, en lugar de operar como un momento de resolución de los conflictos y del desencanto político ciudadano al habilitar la expresión en las urnas, generaron lo opuesto, es decir, una polarización electoral inédita desde la transición democrática, así como un clima posterior de revancha. La estrecha diferencia entre Neves y Rousseff en la segunda vuelta, no hizo más que dejar desencantos, por un resultado que no fue contundente con respecto al rumbo que debía tomar la sociedad.

Así, 2015 se inicia con manifestaciones que presentaron demandas contra la corrupción y por el *impeachment* —juicio político— a la Presidenta, orientadas más a la derecha del espectro ideológico que las manifestaciones de 2013, más heterogéneas en su composición. Las mismas fueron estimuladas por los medios de comunicación opositores, que claramente sostienen líneas editoriales adversas al gobierno del PT, realizando su papel como agentes fiscalizadores a partir del escándalo de Petrobras. Frente a estos reclamos, la mandataria, limitada en sus capacidades de intervención política por las restricciones que impone el llamado “presidencialismo de coalición” que la obliga a alianzas con el PMDB —un partido conservador y antirreformista por esencia—, se encuentra en una encrucijada, al igual que su proyecto político.

La pragmática alianza entre el PT y el PMDB se basó desde el inicio en beneficios mutuos, donde el PMDB aportaba su amplia representación regional en el parlamento, clave para la aprobación de proyectos y para garantizar la gobernabilidad en un “presidencialismo de coalición”, y los gobiernos de Lula y Rousseff proporcionaban a este partido cargos y

ministerios estatales, guiados por la necesidad de preservar el poder y evitar la repetición de esquemas de alianzas con pequeños partidos, que habían llevado al *mensalão*. Con las manifestaciones de junio de 2013 como punto de inflexión y el interés de Rousseff de traducir las demandas de cambio en una reforma política, comenzaron a evidenciarse las tensiones de esta “alianza pragmática”, dado que el PMDB buscaba evitar cambios en el sistema, ya que sobre el actual parlamento fragmentado, las listas abiertas de candidatos a diputados y las donaciones de campaña privadas se asientan las bases de reproducción de su poder partidario.

Desde entonces, marchas y contramarchas se multiplicaron, siendo la calle escenario de disputa entre quienes demandaban por el *impeachment* a Rousseff y quienes procuraban con críticas manifestar su apoyo al gobierno. A su vez, el ajuste económico ortodoxo aplicado por Joaquim Levy, ministro de Economía, restringe los márgenes de acción del Gobierno y crea una disolución de las expectativas de mejora en el corto plazo, lo que ha producido la desilusión y las críticas por parte de sus propios partidarios, incluyendo al expresidente Lula, señalando que el gobierno no está creando esperanzas hacia el futuro.

A modo de conclusión

[111]

La política de conciliación de los gobiernos de hegemonía del PT con los grandes medios de prensa ha llevado a un peligroso estancamiento. A partir del triunfo electoral de Lula en 2006, el Gobierno decidió posponer las demandas de “democratización” partidaria de los medios, manteniendo el *statu quo* a cambio de una cobertura menos hostil por parte de los mismos; sin embargo, los límites de esta política se evidenciaron especialmente durante las elecciones de 2014, cuando ante la polarización política de la segunda vuelta y el virtual empate entre los dos candidatos —Neves y Rousseff—, los medios de prensa aumentaron su capacidad de incidencia como actores políticos, difundiendo escándalos que tendían a perjudicar la candidatura de Rousseff y el gobierno debió actuar bajo la agenda construida por aquellos, definida a partir de las acusaciones de corrupción que involucraban al PT. De este modo, la crisis actual del gobierno de Rousseff es también el resultado de esta política de conciliación con los medios de prensa en nombre de la *realpolitik*, así como de la creencia “liberal” de que el Estado no debe interferir en la regulación de la concentración mediática.

La idea del gobierno de no intervenir de forma decisiva en el mercado de medios con políticas reguladoras ha derivado en que la opción

gobernante se vea desprovista actualmente de apoyo por parte de los formadores de opinión pública. Esto se ha evidenciado especialmente tanto en las coyunturas electorales como en las crisis políticas originadas por los “escándalos mediáticos” (Thompson, 2000) como han sido los casos del *mensalão* y Petrobras. En esto, el caso brasileño se diferencia de otros casos latinoamericanos como el argentino, el venezolano y el ecuatoriano, donde se ha evidenciado una intención de los gobiernos progresistas de salir a disputar el sentido común en el ámbito de políticas públicas en el mercado de medios que han tenido un efecto a favor de garantizar la continuidad de estos procesos políticos. El caso brasileño, por lo tanto, demuestra el costo político de la no intervención o regulación en el mercado de medios por parte de una fuerza política progresista, que actualmente se ve acorralada, entre otros factores, por los encuadres dominantes y adversos al gobierno, contruidos por los principales medios de prensa, replicados en la televisión.

Referencias bibliográficas

1. Aboy Carlés, Gerardo. (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades política de Alfonsín a Menem*. Rosario: Homo Sapiens.
2. Anderson, Perry. (2011). O Brasil de Lula. *Novos Estudos-Cebrap*, 91, pp. 23-52.
3. Azevedo, Fernando y Rubim, Antonio. (1998). Mídia e política no Brasil: textos e agenda de pesquisa. *Lua Nova*, 43, pp. 189-216.
4. Azevedo, Fernando. (2008). *Imprensa, Partido dos Trabalhadores e eleições presidenciais (1989-2006)*. xvii Encuentro Compós, San Pablo.
5. Becker, Fernanda y David, Antonio. (2013, enero 1). Os impasses do “lulismo”. *Brasil do Fato*. Recuperado de <http://www.brasildefato.com.br/node/11399>
6. *Folha de S. Paulo*. (2011, febrero 2). Dilma diz que governo deve conviver com críticas da imprensa”. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/folha90anos/879101-dilma-diz-que-governo-deve-conviver-com-criticas-da-imprensa.shtml>
7. Gamson, William y Modigliani, Andre. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95 (1), pp. 1-37.
8. Gaspari, Élio. (2006, agosto 28). La demofobia ayuda a Lula, como ayudó a Vargas. *O Globo*.
9. Goldstein, Ariel Alejandro. (2012). Lideranças de oposição ao primeiro governo Lula: o caso do PSDB. *Memórias*, 9 (17), pp. 59-101.
10. Goldstein, Ariel Alejandro. (2014). Medios y política en Brasil durante los gobiernos de Lula y Dilma. *Cuestiones Políticas*, 30 (52), pp. 13-45.

11. Goldstein, Ariel Alejandro. (2015a). *De la expectativa a la confrontación: O Estado de S. Paulo durante el primer gobierno de Lula da Silva*. Buenos Aires: Sans Soleil.

12. Goldstein, Ariel Alejandro. (2015b). Prensa tradicional y liderazgos populares en Brasil: una comparación entre el segundo gobierno de Getúlio Vargas y el primer gobierno de Lula da Silva. (Tesis inédita de doctorado). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

13. Goy, Leonardo. (2010, diciembre 16). Avaliação positiva de governo Lula sobe para 80%-CNI/Ibope. *O Estado de São Paulo*. Recuperado de <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,avaliacao-positiva-de-governo-lula-sobe-para-80-cniiboep,654410,0.htm>

14. Kitzberger, Philip. (2010). Giro a la izquierda, populismo y activismo gubernamental en la esfera pública mediática en América Latina. En: Sorj, Bernardo (comp.). *Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show* (pp. 61-99). Buenos Aires: Siglo XXI.

15. 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. *Desarrollo Económico*, 52, pp. 463-490.

16. Kotscho, Ricardo. (2006). *Do golpe ao Planalto: uma vida de repórter*. San Pablo: Companhia das Letras.

17. Lima, Venício. (2006). *Mídia: crise política e poder no Brasil*. San Pablo: Fundação Perseu Abramo.

18. Lima, Venício. (2013, enero 25). A inquestionável partidização da imprensa. *Carta Maior*. Recuperado de <http://cartamaior.com.br/?/Coluna/A-inquestionavel-partidarizacao-da-imprensa/27497>

19. Mendoça, Ricardo. (2014, agosto 30). Marina empata con Dilma e vence 2º turno por 50% a 40%. *Folha de S. Paulo*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/183210-marina-empata-com-dilma-e-vence-2-turno-por-50-a-40.shtml>

20. *O Estado de S. Paulo*. (2014, octubre 8). Uma aliança em construção. Recuperado de <http://opinioao.estadao.com.br/noticias/geral,uma-alianca-em-construcao-imp-,1573315>

21. Panizza, Francisco. (2004). "Brazil Needs to Change": Change as Iteration and the Iteration of Change in Brazil's 2002 Presidential Election. *Bulletin of Latin American Research*, 23 (4), pp. 465-482.

22. Pilgallo, Oscar. (2012). *Historia da imprensa paulista: jornalismo e poder de D. Pedro a Dilma*. San Pablo: Três Estrelas.

23. Porto, Mauro. (2002, 22-26 de octubre). *Enquadramentos da mídia e política*. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs), Caxambu, Minas Gerais, Brasil.

24. Porto, Mauro. (2012). *Media Power and Democratization in Brazil: TV Globo and the Dilemmas of Political Accountability*. Nueva York-Londres: Routledge.

25. Rubim, Antonio Albino Canelas y Colling, Leandro. (2006). Política, cultura e cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2006. En: Goulart, Jefferson (comp.). *Mídia e democracia* (pp. 63-78). San Pablo: Annablume.

26. Sader, Emir. (2014, octubre 11). Pobres contra ricos? São Paulo contra o Nordeste? *Carta Maior*. Recuperado de <http://cartamaior.com.br/?/Blog/Blog-do-Emir/Pobres-contra-ricos-Sao-Paulo-contra-o-Nordeste-/2/31975>
27. Secco, Lincoln. (2011). *Historia do PT*. San Pablo: Atelié.
28. Singer, André. (2009). Raízes sociais e ideológicas do lulismo. *Novos Estudos-Cebrap*, 85, pp. 83-102.
29. Singer, André. (2012). *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. San Pablo: Companhia das Letras.
30. Singer, André. (2015). Cutucando onças com varas curtas. *Novos Estudos-Cebrap*, 102, pp. 39-67.
31. Singer, André. (2014, noviembre 29). Beijando a cruz, parte 2. *Folha de S. Paulo*. Recuperado de <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/197809-beijando-a-cruz-parte-2.shtml>
32. Thompson, John. (2000). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Oxford: Polity.
33. *Veja*. (2014, octubre 29). Tapa de la revista. Edición 2397.
34. Waisbord, Silvio. (2013). *Vox Populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.