



## **Esporte na sociedade midiaticizada: o futebol argentino sob as lógicas políticas e midiáticas<sup>1</sup>**

Eduardo Covalesky DIAS<sup>2</sup>  
Viviane BORELLI<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria

### **RESUMO**

Com a emergência do campo midiático, os campos sociais passam a sofrer a ação das lógicas políticas e midiáticas, todas inseridas no contexto econômico ao qual fazem parte. O campo esportivo, como campo social autônomo, nas definições de Bourdieu (1983), também sofre essas ações. Neste artigo, são analisadas as ações que os campos político e midiático exercem sobre o campo esportivo durante a implantação do programa *Fútbol para Todos* no contexto da sociedade em processo de midiaticização. Para tal, foram analisados títulos de reportagens do jornal *Clarín* entre 23 de julho e 22 de agosto de 2009 e discursos de Cristina Kirchner e Julio Grondona publicadas nos websites da *Casa Rosada* e da AFA.

**PALAVRAS-CHAVE:** midiaticização; campos sociais; campo midiático; futebol; Argentina; Kirchner.

### **Futebol, política e mídia no contexto argentino**

O artigo discorre sobre parte da pesquisa monográfica “Programa *Fútbol para Todos*: uma análise das relações entre o jornal *Clarín*, o governo Kirchner e a *Asociación del Fútbol Argentino* no contexto da midiaticização”, defendida em dezembro de 2011, como requisito para conclusão do curso de Comunicação Social – Jornalismo. Na monografia, estudou-se as relações entre os campos sociais, a cobertura jornalística, as aplicações políticas da ideologia kirchnerista sobre a instituição do programa, entre outros aspectos. Para essa reflexão, centra-se na questão das relações de campo, problematizando as ações sofridas pelo esportivo por parte dos campos sociais. O objetivo é mostrar quais as lógicas políticas e midiáticas que intervêm no campo esportivo, especificamente nas instâncias que dão autonomia administrativa ao futebol.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior, IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012, em Chapecó-SC.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: educovalesky@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, RS. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: viviborelli10@gmail.com



A metodologia aplicada ao trabalho é a análise semiológica, que Verón (2005) propõe como de terceira geração. O método versa sobre os “efeitos de sentido”.

O esporte e a política há anos caminham juntos, de forma a dar proveito a ações governamentais. As apropriações políticas do esporte visam, acima de tudo, ganho de imagem e popularidade de governos militares, populistas ou democráticos. A tentativa é tornar a representação simbólica da vitória no esporte uma vitória também dos governantes. O campo esportivo ao qual faz parte o futebol tem uma autonomia relativa. Como disserta Bourdieu (1983):

A autonomia relativa do campo das práticas esportivas se afirma mais claramente quando se reconhece aos grupos esportivos as faculdades de auto-administração e regulamentação, fundadas numa tradição histórica ou garantidas pelo Estado: estes organismos são investidos do direito de fixar as normas de participação nas provas por eles organizadas, de exercer, sob o controle dos tribunais, um poder disciplinar (exclusões, sanções, etc.), destinado a impor o respeito às regras específicas por eles editadas. (BOURDIEU, 1983, p. 5)

Ainda que as teorias de campo de Pierre Bourdieu residam num contexto anterior ao da pesquisa da cultura midiática, as aplicações no caso argentino se situam numa zona de transição entre as duas vertentes, que não se excluem uma da outra. Por isso, os estudos do campo midiático, de Adriano Duarte Rodrigues e João Pizarra Esteves, são relevantes para entender o processo que principia as ações do campo midiático sobre o campo esportivo. A partir dos estudos desses autores, delimita-se a natureza e a função do campo midiático como um campo social à parte, situado na centralidade das relações entre os demais campos sociais. Da mesma forma, o campo político, em intersecção com o campo midiático, se apropria de um produto do campo esportivo para agir a partir de ideologias governamentais.

Para perceber o contexto do caso na Argentina, é necessário entender três pontos: a ideologia política do governo Kirchner, o papel da TV na divulgação do esporte e as relações do *Grupo Clarín* com o governo.

## **O governo Kirchner**



O histórico político dos Kirchner na Argentina se originou na juventude do *Partido Justicialista* (PJ), fundado por Juan Domingo Perón. Por isso, é necessário traçar um paralelo entre as ações dos dois matrimônios presidenciais.

Perón é o grande símbolo desse sistema, principalmente entre 1946 e 1955. Para diferenciar o seu movimento de um partido político, destacava o caráter heterogêneo do Peronismo. As ações de Perón, na época, eram medidas de unidade nacional, e o PJ respondia de forma a apoiar e a considerar o presidente como o líder máximo do partido, ao redor de quem o PJ se fortalecia com o apoio popular.

Com o sistema político enfraquecido e o PJ fragmentado em vários partidos provinciais peronistas sem ideologias nacionais, as eleições de 2003 tiveram três candidatos do mesmo partido. Ao segundo turno, chegaram Néstor Kirchner e Carlos Menem. Este vivia forte rejeição no país. Para evitar uma grande derrota, Menem renunciou à candidatura, e Kirchner foi eleito presidente com a menor votação da história do país – 22% dos votos, relativos ao primeiro turno<sup>4</sup>.

Começava a entrar em vigor o “kirchnerismo”, termo usado para designar a gestão governamental e o conjunto de setores e ideologias identificadas com o presidente Néstor Kirchner e, depois, sua esposa Cristina. Como plataforma de campanha, havia a decisão de recuperar o controle de certas atividades privatizadas na década de 1990. Essa disposição gerou tensões, mas demarcaram a característica governamental de se distanciar do neoliberalismo.

Como consequência de tensões no primeiro ano de mandato e da queda na popularidade, Cristina e a situação perderam a maioria nas eleições legislativas. Muitas das medidas foram antecipadas, a fim de serem aprovadas ainda antes da posse dos deputados eleitos, sem a discussão necessária com a população. Um exemplo disso foi a Lei de Meios Audiovisuais que, dentre outras coisas, determinava que programas esportivos de interesse nacional deveriam ser de livre acesso de toda população.

No esporte, o peronismo e o kirchnerismo encontram algumas semelhanças importantes. Tanto Juan Domingo Perón quanto Néstor Kirchner tinham o esporte associado à própria imagem pessoal. Além dos presidentes, suas esposas tiveram participação importante em ambas as gestões e também no esporte. Eva Perón criou uma ONG que levava seu nome e era conhecida por *La Fundación*, intimamente ligada ao peronismo. A entidade organizava jogos da juventude que envolviam até 200 mil

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.electoral.gov.ar/#>. Acesso em 14/04/2012.



esportistas. Nos jogos, cânticos peronistas eram entoados e os nomes das equipes com frequência faziam referência ao matrimônio presidencial (MELO e DRUMOND, 2009).

Cristina Kirchner, em um contexto em que as ações governamentais costumam ser atreladas à mídia, investiu em esportes que acrescentam mais visibilidade e audiência. Em proveito disso e numa situação de conflito com grupos midiáticos, investiu em contrato de direitos de transmissão do futebol argentino.

## **O futebol na TV**

A primeira vez em que se televisionou uma partida de futebol foi em 18 de novembro de 1951. A TV havia chegado oficialmente ao país apenas um mês antes. Em artigo publicado no diário *Olé*<sup>5</sup>, Gotta e Roldan (2006) contam que “o peronismo trouxe a TV à Argentina. Foram importados 5 mil aparelhos, mas se venderam 200 no começo... e boa quantidade foi entregue a escolas, universidades e unidades básicas” (GOTTA e ROLDAN, 2006).

Em 1960, a AFA proibiu a transmissão das partidas de futebol para a TV, por acreditar que isso diminuía o público nos estádio e fazia os clubes perder dinheiro. Em 1970, foi possível assistir a primeira Copa do Mundo ao vivo no país. A transmissão esteve a cargo do *Canal 13*. Em 1974, o *Canal 7* enviou sua equipe ao Mundial. Segundo López e López (2011, p. 20), em 1º de julho, durante a transmissão de Suécia x Iugoslávia, o sinal foi interrompido para informar sobre o falecimento do presidente Juan Domingo Perón. Dias depois, durante o último jogo da Argentina na Copa, a TV e o rádio transmitiram em cadeia nacional os funerais de Perón.

Em 1978, então, a Argentina sediou a Copa do Mundo, e para a transmissão televisiva foi criada a empresa *Argentina 78 Televisora S/A* (que no ano seguinte viria a se fundir com o *Canal 7*, formando a *Argentina Televisora Color – ATC*), responsável pela geração de imagens a cores para o mundo. Os argentinos, no entanto, precisaram esperar um pouco mais. Em 1982, pela primeira vez pôde se ver a Copa em cores na Argentina.

Carlos Avila foi o responsável pela mudança do jornalismo esportivo no país. Em 1984, nasceu a empresa *Torneos y Competencias S/A* (TyC), sociedade formada entre Avila e José Carlos “Pepe” Santoro, ex-diretor do *Banco Provincia*. No ano

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.servicios.clarin.com/notas/jsp/ole/v4/notas/imprimir.jsp?pagid=1311743>. Acesso em 02/09/2011.



seguinte, a empresa comprou os direitos televisivos do torneio de futebol oficial e das partidas da seleção argentina. O contrato inicial durou três meses e deu nascimento ao programa *Fútbol de Primera*. Da ATC, o programa migrou para o *Canal 9* (1989) e logo para o *Canal 13* (1992), já privatizado e nas mãos do *Clarín*.

O interesse pelo futebol só aumentava, e a audiência era cada vez maior. As TVs a cabo, criadas nos anos 60 para suprir áreas isoladas começaram a ser exploradas em centros urbanos. A Argentina rapidamente se transformou no terceiro país do mundo em quantidade de assinantes desse tipo de sistema, atrás dos Estados Unidos e do Canadá. O futebol foi uma das chaves nesse crescimento (LÓPEZ, 2000).

Foi a partir do nascimento da *Televisión Satelital Codificada* (TSC) que chegou para ficar o sistema conhecido por *pay-per-view*. A TSC foi uma sociedade criada entre a TyC e o *Canal 13*, sócios que já trabalhavam juntos no *Fútbol de Primera*. O contrato se firmou em 1991, e a partir daí as partidas começaram a ser televisionadas nesse sistema.

### **Grupo Clarín x Governo Kirchner**

Desde 2003, o *Clarín*, através de seus meios, manteve-se como apoiador de Néstor Kirchner, em função de interesses comerciais e em consonância com o crescimento econômico proporcionado pela gestão “K”. Em 2007, Cristina foi eleita presidenta no primeiro turno, com 45% dos votos, e com a intenção de garantir uma gestão sem percalços por parte da imprensa, Néstor Kirchner permitiu uma fusão entre a *Cablevisión* e a *Multicanal*, empresas de TV a cabo que juntas representariam na época 47% do mercado argentino do setor (LINS, 2009). A assinatura que admitia a fusão foi dada no último dia de mandato de Kirchner, dia 7 de dezembro de 2007, e foi formalizada pelo ministro do Comércio, Guillermo Moreno. Um acordo que, segundo Majul (2009), fazia parte de uma crença de Néstor de que a empresa deveria proporcionar anos de trégua à gestão. Conforme o autor, Kirchner diz: “Eu dou parte do que *Clarín* busca e Magnosto me deixa governar tranquilo” (MAJUL, 2009, p. 381). Héctor Magnosto é o proprietário majoritário do *Grupo Clarín*, dono de 82% das ações da empresa.

A dissonância entre o *Grupo Clarín* e o governo Kirchner se tornou mais 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. Majul



(2009), no entanto, relata que o conflito teria começado antes, quando se descobriu que o Governo tinha informações privilegiadas da capa do jornal do dia seguinte, repassadas por um jornalista infiltrado na redação do *Clarín*.

A maior crise na gestão de Cristina foi agravada por três fatores: a queda da popularidade da presidenta, o apoio concedido pelo seu vice à bancada ruralista que criticava a medida governamental e o favorecimento do *Clarín* às manifestações agrárias. Dos fatores, destaca-se o embate entre o *Clarín* e o governo, que até então conviviam no âmbito público de forma pacífica. O confronto motivou os primeiros discursos de ataque por parte de porta-vozes oficiais, ministros e também do casal Kirchner (MOCHKOFISKY, 2011).

O governo argentino usou a compra dos direitos de transmissão do futebol como pretexto para coibir o crescimento do que considera ser um monopólio midiático no país. O argumento centrado na importância de proporcionar o acesso ao futebol para todos os argentinos é uma justificativa com o intuito de dar uma representação ética para a ação.

Em 10 de outubro de 2009, foi implementada a Nova Lei de Meios Audiovisuais da Argentina. O documento substituiu a antiga lei e instituía medidas aparentemente mais democráticas para a distribuição midiática no país, incluindo a garantia de acesso universal a encontros futebolísticos ao vivo e de maneira gratuita em todo o território nacional. O projeto foi aprovado na íntegra, sem alterações do texto original, às pressas, já que ao fim de 2009, a situação não teria mais a maioria no *Congreso Nacional*. Conforme a investigação de Majul (2009), o governo agiu, incitou a greve da FAA pelos salários atrasados por intermédio da AFA, entrou em negociação com Julio Grondona e tirou o *Grupo Clarín* de um negócio que envolvia mais de um bilhão de pesos. Essa série de ações foi planejada para melhorar a imagem do governo após a derrota nas eleições legislativas.

### **Abordagens teóricas sobre a midiaticização**

É preciso traçar um paralelo das alterações que a cultura pós-moderna causou no que Maria Cristina Mata chama de cultura massiva para a cultura midiática para entender o conceito de midiaticização.

A cultura massiva está ligada a uma perspectiva de estudos em que a mídia era vista como uma instância que atuava diretamente sobre a população. A perspectiva da



cultura midiática difere por entender que há “uma transformação dos pontos de vista adotados para a análise da comunicação e da cultura” (MATA, 1999, p. 82). A vontade de encontrar outra via para explicar e analisar essas ações de maneira a superar o conceito baseado nas teorias frankfurtianas de indústria cultural e nas pesquisas norte-americanas sobre a influência dos meios. A proposta é uma consequência das pesquisas de mediação de Jesús Martín-Barbero nos anos 80, que dizia que “os meios adquiriram materialidade institucional e espessura cultural” (MARTÍN-BARBERO apud MATA, 1999, p. 84).

A transformação da “sociedade dos meios” na “sociedade midiaticizada” é explicada pela intensificação da presença dos meios em outros campos, através do deslocamento ou da expansão midiática. Fausto Neto (2006) ressalta a mudança existente na função dos meios: de suportes, passam então a agir como atores.

Segundo Fausto Neto (2007), se trata de entender a mídia não mais como uma instância central com objetivo de fazer com que os campos sociais se interajam, mas sim constatar que “a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria ‘cultura da mídia’” (FAUSTO NETO, 2007, p. 92). A sociedade dos meios se prontifica a intermediar a relação entre os campos sociais, enquanto a sociedade midiaticizada tem como predomínio a cultura midiática, ou seja, ela se torna a própria referência para a dinâmica da sociedade.

Para entender a midiaticização, é preciso abordar a perspectiva de Eliseo Verón (1997). Para ele, o fenômeno transcende os meios enquanto instrumentos, pois surge como processo originado pela evolução da tecnologia, mas também pelas demandas sociais. Conforme o autor, “um meio de comunicação social é um dispositivo tecnológico de produção-reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a determinadas modalidades (ou práticas) de recepção de ditas mensagens” (VERÓN, 1997, p. 13). Com essa definição, Verón delimita quais meios se encaixam nesse conceito e que tipo de relação define o que o torna meio de comunicação ou não.

Com base nos estudos de Antônio Fausto Neto e Eliseo Verón sobre a midiaticização, analisa-se semiologicamente o discurso da presidenta argentina, Cristina Kirchner, e do presidente da AFA, Julio Grondona, no ato de oficialização do acordo entre AFA e *Casa Rosada*. Além disso, analisa-se títulos de matérias publicadas no jornal Clarín que envolviam o processo de implantação do programa governamental



*Fútbol para Todos* no período de 21 de julho a 22 de agosto de 2009. Usa-se como comparativo para análise semiológica as investigações de Majul (2009) e Mochkofsky (2011).

### **O esporte sob lógicas políticas e midiáticas**

Com base nos estudos de Antônio Fausto Neto e Eliseo Verón sobre a midiáticação, analisa-se o discurso da presidenta argentina, Cristina Kirchner, e do presidente da AFA, Julio Grondona, no ato de oficialização do acordo entre AFA e *Casa Rosada*. Por questões de espaço e para se ter uma melhor sistematização dos dados, analisa-se apenas títulos de matérias publicadas no jornal *Clarín* que envolviam o processo de implantação do programa governamental *Fútbol para Todos* no período de 21 de julho a 22 de agosto de 2009 e as fotos do evento publicadas nos sites da AFA e da *Casa Rosada* e na edição impressa do jornal *Clarín* de 21 de agosto de 2009.

A análise semiológica de terceira geração versa sobre os “efeitos de sentido”. “A análise semiológica tem por objetivo destacar e descrever todas as operações que, no discurso do suporte, determinam a posição do enunciador e, como consequência, a do destinatário” (VERÓN, 2005, p. 233). Na busca dessa análise, pode-se estudar a posição didática, a transparência ou a opacidade, a distância ou o diálogo, a objetividade ou a cumplicidade. Uma mensagem, segundo o autor, nunca produz um sentido espontâneo, pois todo discurso “desenha um campo de efeitos de sentido” (2005, p. 216).

O sentido é produzido no plano da enunciação, descrito e diferenciado por Verón (2005), quando explica que o enunciado é o que é dito, o que é conteúdo, e a enunciação contém os seus modos de dizer. A distinção entre enunciado e enunciação é evidente no discurso da imprensa escrita.

A começar, elenca-se na tabela abaixo o título das matérias publicadas no jornal *Clarín* que tratam sobre a temática e criam uma intersecção entre dois campos ou mais, ou seja, podem representar o campo esportivo em processo relacional com o político, ou o midiático, ou mesmo entre os dois últimos. Ao lado dos títulos, está a data da publicação. Originalmente dividido em cinco momentos diferentes, a lista de títulos não segue sequência cronológica rígida, porque no decorrer do caso há um instante em que, para a cobertura jornalística, dois assuntos eram tratados paralelamente: a quebra de contrato dos direitos de transmissão do futebol com a empresa *TyC Sports* juntamente com a negociação do novo contrato com o Governo.



	Texto	Data
T1	“Así, el torneo Apertura <b>no debería empezar</b> ”	21/07
T2	<b>Alerta máxima</b>	22/07
T3	La AFA <b>busca apoyo político</b> y le exige control a los clubes	23/07
T4	Por la deuda de los clubes no comienza el ascenso	28/07
T5	¿A qué juega cada uno?	28/07
T6	En una mesa chica con enojos y coincidências	28/07
T7	El fútbol no empieza si no les pagan a los jugadores	29/07
T8	“No hay que modificar la ley”	29/07
T9	<b>“El fútbol no debe resolver sus problemas con el Estado”</b>	30/07
T10	La AFA presiona y dice que <b>no empezarán los torneos</b>	05/08
T11	Compromiso ante la AFIP para cancelar las deudas	05/08
T12	Por ahora, la pelota sigue parada	06/08
T13	La AFA ya cobró <b>un adelanto de 45 millones de pesos</b>	07/08
T14	“Los dirigentes no saben del <b>pacto Grondona-Kirchner</b> ”	09/08
T15	La <b>oposición salió a criticar la injerencia</b> del Estado	09/08
T16	El <b>conflicto está en tiempo de reuniones</b> y de dudas	10/08
T17	La AFA planea que el fútbol vuelva, <b>con o sin televisión</b>	11/08
T18	<b>Un conflicto que ya tiene fuerte impacto político</b>	11/08
T19	El <b>puntapié inicial lo dio Agremiados</b>	11/08
T20	Lo que desató la rescisión	12/08
T21	Bombau fue muy duro con Grondona: dijo que <b>traicionó a la empresa</b>	13/08
T22	Se inició la <b>batalla judicial</b> por la televisión del fútbol	15/08
T23	<b>AFA rompió el contrato con la TV y se asocia al Estado</b>	12/08
T24	El <b>Gobierno y la AFA cierran el acuerdo</b> del fútbol por TV	13/08
T25	Reunión de negocios	14/08
T26	<b>Kirchner dice que el fútbol debe ser de acceso libre</b>	14/08
T27	<b>Cobos se expresó contra el aporte del Estado</b> al fútbol	16/08
T28	“ <b>Adminstran pasión y con esa excusa hacen desastres</b> ”	18/08
T29	La <b>AFA se asocia al Estado</b> y habrá fútbol desde el viernes	19/08
T30	<b>Cristina confirmó que el Gobierno financiará al fútbol</b>	21/08
T31	La <b>publicidad oficial cubre sólo el 65%</b> del contrato	21/08
T32	Para la <b>AFA todo va por el 7</b>	21/08
T33	Duras críticas a Cristina por <b>vincular a los desaparecidos con el fútbol</b>	22/08
T34	Mariotto: <b>los goles se podrían ver recién el domingo a la noche</b>	22/08

Textos disponíveis em: <http://www.clarin.com/ediciones-anteriores.html>.

Verón (2005), ao definir a análise semiológica de terceira geração, diz que a análise deve ser sempre aplicada em um universo de concorrência, ou seja, em comparação com outro material. Em virtude disso, como a análise não centra no conteúdo dos enunciados, e sim no contexto das relações entre os campos, como objeto de comparação utiliza-se as investigações de Majul (2009) e Mochkofsky (2011). As histórias contadas em seus livros mostram bastidores das relações políticas que não são alcançadas pela cobertura midiática diária.



O campo esportivo, conforme Bourdieu (1983), tem autonomia administrativa, conjunto de regras e controles disciplinares que delegam ao campo a função de organizar e regular determinados esportes. Como entidade administrativa do futebol argentino, a AFA é quem exerce essa função. No entanto, com o advento da sociedade midiática, o futebol tornou-se um produto de interesse comercial.

No fim da década de 80, quando a TV a cabo começou a ser comercializada no país, o esporte foi o principal propulsor do número de assinantes, e a partir daí os direitos de transmissão se tornaram uma importante fonte de renda para os clubes. No início da década de 90, o sistema *pay-per-view* foi inserido, e de 1991 até 2009 a *TyC Sports*, detentora dos direitos, definia quais jogos passavam em TV aberta, além de determinar que os gols da rodada só poderiam ser transmitidos por outros canais após o programa *Fútbol de Primera*, que ia ao ar na noite de domingo.

O interesse comercial, revertido em lucro para as empresas em virtude das altas audiências, torna o futebol um espetáculo midiático, e isso implica numa dependência financeira da AFA pelos direitos de TV. O interesse pela audiência, por um ganho de popularidade nos moldes peronistas e a possibilidade de afetar o poder econômico do Grupo Clarín levaram o governo Kirchner a investir no futebol.

A cobertura do caso se dá início no dia 21 de julho, quando uma frase do presidente da *Futbolistas Argentinos Agremiados* (FAA), Sérgio Marchi, estampa a editoria esportiva do jornal Clarín (T1). Conforme Majul (2009), o governo já teria interesse em se apropriar dos direitos de transmissão do futebol antes do conflito começar. Marchi integra a FAA, que por sua vez é filiada à *Confederación General del Trabajo* (CGT). Naquele momento, a CGT era um importante espaço de influência kirchnerista no país. O Clarín, ao tomar como manchete uma parte da fala de Marchi, legitima a reclamação da entidade. Nesse instante, sem saber que o governo poderia estar por trás de uma possível negociação, o veículo age como um suporte (FAUSTO NETO, 2006), sem exercer sua influência sobre o caso, embora denote opinião.

A AFA, como representante da autonomia concedida ao campo esportivo aplicado ao futebol, é liderado por pessoas que transitam entre várias rodas de influência, tanto políticas quanto econômicas. Por isso, é importante ressaltar que todos esses campos sociais estão em processo relacional dentro do campo econômico e, apesar da entidade ser privada, lida com um simbolismo nacional que já foi representativo de ações políticas (RINALDI, 2000), e daí origina o seu interesse público.



De 21 a 29 de julho, como se percebe nos títulos do jornal *Clarín*, há uma tentativa de esclarecer ao leitor o problema financeiro que afetava os clubes. O apoio político ao qual se refere o título em T3 é no sentido de buscar apoio para regularizar um novo tipo de loteria esportiva. Nesse instante, começam as negociações de acordo com o interesse kirchnerista. Majul (2009) e Mochkofsky (2011) defendem que a AFA também já sabia do interesse governamental de adquirir os direitos de transmissão quando se aproximou de Cristina Kirchner. A cobertura do *Clarín*, porém, não manifesta preocupação com tal possibilidade.

Num segundo momento, de 29 de julho a 7 de agosto, o jornal *Clarín* começa a desconfiar de uma possível aproximação com o governo para renegociar os direitos de transmissão e exigir um aumento do valor pago pela *TyC Sports* aos clubes (T8 a T13). É uma fase de negociação, na qual a AFA mantinha contatos contínuos com a *TyC Sports* e também com o governo, aparentemente tentando solucionar o problema em comum acordo.

Com a negativa da empresa em elevar o valor do contrato, a cobertura jornalística começa a atuar no caso (FAUSTO NETO, 2006), expressando opiniões editoriais por meio de fontes e títulos contrários a ações governamentais e que defendiam os interesses comerciais da empresa. Os títulos correspondem ao período de 9 a 15 de agosto (T14 a T22). Nos enunciados, nota-se uma citação de Marcelo Bombau, presidente da *TyC Sports*, que ganha um grande espaço de entrevista para denunciar aos dirigentes dos clubes um pacto entre Julio Grondona e Néstor Kirchner (T14). Segundo demonstra, a tarefa é mostrar interesses obscuros entre os dois.

A citação de Bombau é a própria voz da “cultura da mídia”, nos termos de Fausto Neto (2007). O jornal mostra valores que defende serem convenientes e se coloca numa posição não apenas de mediação, mas de referência à dinâmica natural dos negócios que envolvem o futebol como produto comercial. Há a predisposição da sociedade midiaticizada em considerar que o televisionamento do futebol é algo que compete ao campo midiático, e que isso esteja inserido nessa lógica. No momento que o *Clarín* publicizou o pacto e mostrou que nem todos os dirigentes tinham conhecimento, a consequência foi uma mobilização por parte de Grondona para evitar qualquer reação de conflito dentro do campo que pudesse se tornar um empecilho na negociação.

O *Clarín*, nesse instante, publica várias matérias criticando uma possível intervenção do Estado no negócio do futebol. Em T15, a oposição governamental ganhou um espaço para criticar a interferência do governo e dizer que o kirchnerismo



confunde as prioridades. O conflito começava a aumentar, na medida em que também crescia a mobilização para um acordo entre o campo esportivo e o político.

O efeito de tensão existente entre o campo esportivo e o midiático no enunciado T17 (“*La AFA planea que el fútbol vuelva, con o sin televisión*”) demonstra a ambição dos campos em regular o domínio de experiência de sua área (RODRIGUES, 1999). Compete à AFA a organização dos torneios de futebol, mas à TV compete o televisionamento, que por isso tem poder de negociação para definir o calendário de jogos. Sem um acordo, a AFA toma para si a organização do calendário, e afirma que os jogos podem começar mesmo sem serem transmitidos, o que é uma autonomia própria do campo. Porém, essa autonomia sofre intervenção da lógica midiática desde a década de 80, quando os canais começaram a ter poder para adaptar os horários do futebol à grade de programação.

Assumida publicamente a negociação do governo com a AFA, o *Clarín* mantém seu discurso de crítica, visível nos títulos de T23 a T28. O campo esportivo em negociação com o político sofre as lógicas das tensões que aconteciam no governo argentino naquele momento. O *Clarín* usa tensões políticas, como é o caso das desavenças entre Julio Cobos (T27), vice-presidente, e Cristina Kirchner, para se posicionar contra e mostrar que existem forças políticas de oposição criticando a negociação entre AFA e *Casa Rosada*. Inclusive, trata explicitamente o futebol como negócio, quando se refere a uma reunião (T25) entre as duas instituições.

Da ideologia política dos Kirchner, parte o primeiro discurso público que Néstor faz sobre o assunto. Em T26, o jornal expõe a opinião do ex-presidente sobre o assunto. Tal opinião condiz com a definição exposta por Ianni (1989), seguida por Perón e por Kirchner: utilização de linguagem demagógica, reformismo e liderança carismática. Com isso, Kirchner atribui ao futebol uma ideologia de maneira simbólica (RINALDI, 2000), que mais tarde viria a ser reiterada por Cristina no discurso de oficialização do acordo.

No dia marcado para a cerimônia de assinatura do contrato, 20 de agosto, o jornal *Clarín* não publica nenhuma matéria sobre o acontecimento. Em outras oportunidades, apesar de usar uma abordagem crítica, o *Clarín* não se omitiu de utilizar informações fornecidas pelos dispositivos midiáticos de outros campos sociais. A cerimônia ocorreu no fim da tarde, e na mesma noite as assessorias de imprensa da AFA e da Presidência publicaram matérias sobre o acontecimento em seus respectivos websites.



Os websites da AFA e da Presidência publicaram a íntegra do discurso de seus líderes, Julio Grondona (AFA, 2009) e Cristina Kirchner (PRESIDENCIA DE LA NACIÓN ARGENTINA, 2009). A fala de Grondona está preenchida por enunciados que criticam a forma como a negociação era encarada enquanto os direitos de transmissão residiam numa relação estrita entre o campo esportivo e o midiático. Em um momento, Grondona diz que há uma nova ordem no futebol argentino, e que isso só foi possível porque “fomos escutados”. Ou seja, o campo esportivo, no domínio de experiência e de valores a que lhes pertence, foi escutado para além da negociação de um direito televisivo, e também nas suas virtudes como campo social importante na vida dos argentinos.

O chefe da AFA também diz que o futebol finalmente foi entendido “como autêntica festa do povo, como reflexo de uma sociedade que tem o futebol em seu sangue e que por isso tem que ver com suas vidas” (AFA, 2009). As palavras são citadas para elogiar a sensibilidade que o campo político teve na negociação. No geral, Grondona discursa sobre as benfeitorias que o esporte proporciona à população, isento de qualquer influência econômica, embora inseridos nessa realidade. A tentativa de se desvincular do interesse comercial dos direitos de transmissão do futebol argentino ficam claras no trecho em que Grondona diz que tal negociação só foi possível com o governo porque “em nenhuma mesa de negociações havia uma calculadora fazendo números, havia pelo contrário, sensibilidade para compreender o que estávamos falando (...) de levar grátis o futebol ao povo em qualquer rincão do país” (AFA, 2009).

O discurso de Cristina Kirchner foi tomado de enunciados que vangloriam feitos democráticos. Interessante destacar que, logo no início, Cristina se refere ao anteprojeto da Lei de Meios Audiovisuais e se refere ao capítulo que pretende proporcionar o direito ao acesso ao esporte mais importante do país, para todos os argentinos. Cristina critica, em outros trechos, os monopólios, numa clara alusão ao conflito aberto com o *Grupo Clarín*. A presidenta fala que “as coisas não acontecem nem por casualidade nem por aproveitamento de circunstâncias” e que a convicção do Governo Nacional “sempre foi clara, antes de conhecer qualquer tipo de inconvenientes que poderia ter a AFA com quem era seu outro co-contratante” (PRESIDENCIA DE LA NACIÓN ARGENTINA, 2009). Como visto nos materiais publicados pelo *Clarín* dias antes, por declarações de Marcelo Bombau (T21), o jornal mostrava que a empresa tinha uma ótima relação com Grondona e a AFA até então.



Sabe-se que as relações do campo esportivo com o político costumam ser conturbadas quanto a investimentos destinados a alguns esportes e não a outros. Os esportes olímpicos não estão no domínio da AFA sobre o campo esportivo, mas o campo político precisa manifestar seu apoio a esses esportes, muito mais amadores e carentes de recursos, para que a valoração ética da medida possa ser compreendida pela sociedade e pelos demais envolvidos no campo esportivo como algo de fato democrático.

O discurso ideológico de Cristina Kirchner ao comparar sequestro de gols até o domingo à noite com sequestro de pessoas durante a ditadura transparece o uso simbólico que o governo argentino quis fazer do futebol. Nesse contexto, a presidenta atribuiu valores ao esporte que o transformaram em instrumento de liberdade, de democratização. A defesa dos direitos humanos, a crítica à ditadura e o discurso populista (SIDICARO, 2011) são características atribuídas à gestão “K”, e esse trecho do discurso torna claro que o futebol é transformado em ideologia governamental (RINALDI, 2000).

Desde quando a AFA acertou contrato para a transmissão do Campeonato Argentino com a *TyC Sports*, em 1991, a entidade negociava o futebol como um produto midiático. Agindo assim, seguia lógicas comerciais. A partir do convênio com o Estado, os valores do discurso do campo esportivo, perceptível na fala de Julio Grondona, versam pelos aspectos sociais e pela importância simbólica que o futebol proporciona ao país. Um acordo que possibilitou a transmissão de todas as partidas ao vivo e em TV aberta pelo Canal 7, a *TV Pública*, para todo o país. Possibilitou, de fato, a democratização do espetáculo futebolístico pela televisão, e alterou as lógicas de funcionamento do campo esportivo. Antes, atrelado aos interesses econômicos do campo midiático empresarial. Agora, ao ideal político do kirchnerismo.

## REFERÊNCIAS

AFA. **Se firmó histórico convenio para televisar el fútbol**. Asociación del Fútbol Argentino, 2009. Disponível em: <[http://www.afa.org.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=9935:se-firmo-historico-convenio-para-televisar-el-futbol&catid=110:torneos-superiores&Itemid=78](http://www.afa.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=9935:se-firmo-historico-convenio-para-televisar-el-futbol&catid=110:torneos-superiores&Itemid=78)>. Acesso em: 16 Novembro 2011.

BOURDIEU, P. Como é possível ser esportivo? In: BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 136-153.



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.

FAUSTO NETO, A. Mídiação, prática social, prática de sentido. **XV Encontro da Compós,** Bauru, p. 1-15, Junho 2006.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma "analítica" da mídiação. **Matrizes,** São Paulo, n. 2, p. 89-105, Abril 2007.

GOTTA, R.; ROLDAN, S. A la derecha de su pantalla, señora. **Olé,** Buenos Aires, 18 Novembro 2006.

IANNI, O. **A formação do estado populista na América Latina.** 2ª Edição. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LINS, B. F. E. **Argentina: Nova Lei dos Meios Audiovisuais.** Câmara dos Deputados. Brasília, p. 31. 2009.

LÓPEZ, A. **Alguna otra pregunta? La entrevista como fuente de información.** La Plata: GITEPP, 2000.

LÓPEZ, A.; LÓPEZ, M. H. **Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina.** Universidad Nacional de La Plata. Buenos Aires. 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.

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Diálogos de la comunicación,** Lima, p. 80-91, 1999.

MELO, V. A.; DRUMOND, M. Esporte, cinema e política na Argentina de Juan Perón (1946-1955). **Estudios Ibero-Americanos,** Porto Alegre, v. 35, n. 1, p. 56-72, Janeiro/Julho 2009.

MOCHKOFKY, G. **Pecado Original: Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder.** Buenos Aires: Planeta, 2011.

PRESIDENCIA DE LA NACIÓN ARGENTINA. Palabras de la Presidenta en la firma de acuerdo entre la AFA y el SNMP. **Casa Rosada,** 2009. Disponível em: <<http://www.casarosada.gov.ar/discursos/3554>>. Acesso em: 16 Novembro 2011.

RINALDI, W. Futebol: manifestação cultural e ideologização. **Revista da Educação Física/UEM,** Maringá, v. 11, n. 1, p. 167-172, 2000.

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.

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

VERÓN, E. Quando ler é fazer: a enunciação no discurso da imprensa escrita. In: VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Unisinos, 2005. Cap. 8, p. 215-238.