

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**A construção geomidiática do Brasil na Argentina, no  
Paraguai e no Uruguai–  
Ô Meu Brasil...Una Acuarela Brasileña**

**Renata Giraldi**

Trabalho apresentado à Banca Examinadora de Exame de Tese para obtenção do grau de doutor em Comunicação.

Linha de pesquisa: Jornalismo e Sociedade

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Zélia Leal Adghirni

Co-orientador: Prof. Dr. Fabio Pereira

**Brasília, Setembro de 2014**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**A construção geomidiática do Brasil na Argentina, no  
Paraguai e no Uruguai–  
Ô Meu Brasil...Una Acuarela Brasileña**

**BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Zélia Leal Adghirni  
Presidente – FAC/UnB**

**Prof. Dr. Antonio Jorge Ramalho  
Membro – IREL/UnB**

**Prof. Dr. Argemiro Procópio  
Membro Externo**

**Prof. Dra. Margarethe Born Steinberger  
Membro -UFABC**

**Prof. Dr. Pedro David Russi  
Membro – FAC/UnB**

**Profa. Dra. Thaís de Mendonça Jorge  
Membro – FAC/UnB**

Brasil! Meu Brasil Brasileiro [...] Esse  
Brasil lindo e trigueiro...É o meu Brasil  
Brasileiro...Terra de samba e pandeiro..  
[...] Terra de Nosso Senhor... Brasil!

*Aquarela do Brasil, Ary Barroso*

À minha tia Rute Araújo Giraldi, que tanto me estimulou a ir sempre adiante e que, no final deste processo, partiu, deixando saudade, mas inspiração permanente. Também à Elzita Torres do Nascimento, que seguiu antes da Rute, para recebê-la.

## AGRADECIMENTOS

Nem acredito que cheguei até aqui. Confesso que não foi fácil. Conciliar a vida de doutoranda com a de jornalista e professora em faculdades privadas é um exercício e tanto! Muitas vezes a gente pensa que não vai dar conta. Mas aí uma voz, vinda sei lá eu de onde, diz: “*Você vai conseguir!*”. Felizmente essa voz estava certa. Agradeço, sinceramente, ao mundo físico e ao espiritual, que tanto contribuíram nessa jornada.

Meu agradecimento mais do que especial aos meus orientadores Zélia Leal Adghirni e Fábio Henrique Pereira, e aos professores doutores Antonio Jorge Ramalho e Pedro Russi, que com enorme boa vontade me incentivaram.

Aos meus pais Ester e Azor, meu querido companheiro de vida Fabio Grecchi, meus irmãos Zôza e Davi, meus amigos-irmãos Ana Carolina Kalume, Ana Cláudia Nascimento, Carlos Alberto Pereira e Rosana de Cássia. Aos pequenos Augusto, Valentina, Sophia e Luiza que tanto me encantam com a doçura e a leveza infantis.

À Adriana Vasconcelos, que gentilmente compreendeu meu desespero e liberou-me de alguns turnos de trabalho, ao embaixador Tovar da Silva Nunes, que autorizou os diplomatas Bruno Pereira, Édson Rosa e Alessandra Vinhas a me passarem várias orientações fundamentais.

Às queridas e “eternas pupilas” Clarissa Lemgruber, Giselle Santos, Vanessa Marques e Renata Cardoso, por sua boa vontade, que representou uma *superajuda* na compilação dos dados para a análise descritiva. A Guilherme Aguiar e Rivadavia Christopher, que, com seus conhecimentos de informática, “emprestaram-me” alguns de seus momentos para dar mais vida à pesquisa. A Fernando Cabral, pelas opiniões pertinentes.

Também agradeço a Janine Mundim, que, com seu bom senso, deu “uma boa lida” nesta pesquisa. Aos amigos Fernando Cabral e Marcelo Segalerba, por sua ajuda nas traduções. Aos secretários Luciano e Regina, da FAC, sempre dispostos a ajudar.

## RESUMO

O objetivo desta tese é analisar o processo de construção geomidiática do Brasil no noticiário *on-line* do *Clarín* (Argentina), *El País* (Uruguai) e *ABC Color* (Paraguai), no período de 2009 a 2012. Por construção geomidiática compreende-se a difusão de informações, por meio da mídia, da realidade social entendida, interpretada pela imprensa. O conceito é baseado na compreensão feita a partir do que é apresentado na indústria da comunicação, no caso o material relativo ao Brasil produzido nos veículos *on-line* de imprensa aqui analisados. Trata-se de investigar o volume de matérias jornalísticas, as temáticas, a origem da produção das notícias e o papel do jornalista-correspondente nesse processo. Analisamos um *corpus* de 7.746 matérias jornalísticas publicadas nos três veículos *on-line*. Foi feito um levantamento descritivo do material coletado. A esse *corpus* aplicamos o método da análise de conteúdo, que resultou na criação de três grandes categorias temáticas: Política, Economia e Geral. O material foi coletado por meio de pesquisas nos próprios sites dos veículos que disponibilizam notícias antigas. Em uma segunda etapa, foi realizada a análise qualitativa de 72 notícias – 24 por cada veículo *on-line* – selecionadas nos quatro anos com base na frequência temática. Para analisar o noticiário *on-line*, utilizamos as referências teóricas *newsmaking*, *gatekeeper* e enquadramento, assim como a relação fonte *versus* jornalista, a presença do *fait divers* e o uso de imagens fotográficas. Abordamos a questão da integração regional sonhada por Simón Bolívar. Também observamos a utilização dos mitos, estereótipos, clichês e senso comum no noticiário *on-line*. Em um terceiro momento foram feitas entrevistas semiestruturadas com correspondentes internacionais para aprofundar as discussões. Finalmente foram cruzadas as informações coletadas para, assim, compreender o processo de construção geomidiática do Brasil no noticiário *on-line* de três veículos do Cone Sul. Valendo-nos de todo esse material, verificamos que, à exceção dos atores apresentados no noticiário, de 2009 a 2012, os temas parecem repetição de um mesmo roteiro – as disputas comerciais, os escândalos políticos e os casos de violência. A recorrência temática, por vezes, leva à consolidação dos lugares-comuns sobre o Brasil; publicam-se fotos expressivas e veiculam-se notícias, na sua maioria, produzidas por agências noticiosas estrangeiras.

**Palavras-chave:** construção geomidiática, imprensa, notícias, noticiário *on-line*, MERCOSUL.

## ABSTRACT

The objective of this thesis is to analyze the construction process of Brazilian media global reach, from 2009 to 2012, on the following online press vehicles: *Clarín*(Argentina), *El País*(Uruguay) and *ABC Color* (Paraguay). Media global reach can be defined as the diffusion of information, through media, of social reality interpreted by the press. It is about investigating the volume of journalistic facts, themes, the origin of *newsmaking* and the role of a correspondent reporter in this process. A *corpus* of 7.746 news articles published on those three online vehicles were analyzed. A descriptive survey of the collected material was conducted. The method of content analysis was applied to this *corpus*, from which three major theme categories were created: Politics, Economy and General. The material was collected based on a research on the vehicles' websites, where they provided bygone news. On a second stage, a qualitative analysis of 72 news articles - 24 each vehicle - was performed. Those pieces were selected based on the theme frequency in the 4 year period. *Newsmaking* theories were applied to analyze the online news, framework and *gatekeeper*, considered the relation between the source and the reporter, the presence of the fait divers and the use of photographs. The matter of regional integration dreamed by Simón Bolívar was covered. The usage of myths, stereotypes, *cliches* and common sense on online news was also observed. On a third moment, some international correspondent reporters took semi structured interviews to deepen the discussions. Finally, the collected data was crossed so the process of Brazilian global media reach construction on those three online news vehicles from the *Southern Cone* could be comprehended. From those elements it was possible to understand the making of online news about Brazil in neighbouring countries, involving general content, but with different care, using most often the content produced by the news agencies and relegating to a second plan the maintenance of fixed correspondents in Brazil, as well as special envoys.

**Keywords:** geomidiatics process; Brazil; press; news; MERCOSUL

## Resumen

El objetivo de esta tesis es analizar el proceso de construcción geomediática de Brasil en los informativos *on-line* de Clarín (Argentina), *El País* (Uruguay) y ABC Color (Paraguay), durante el período 2009-2012. Por construcción geomediática entendemos cómo la difusión de informaciones a través de los medios de comunicación y de la realidad social entendida e interpretada por la prensa. Se trata de investigar el volumen de noticias de prensa, las temáticas, el origen de la producción de las noticias y el papel del periodista corresponsal en este proceso. Se analizó un *corpus* de 7.746 noticias de prensa publicadas en los tres informativos *on-line*. Fue realizado un levantamiento descriptivo del material colectado. A ese *corpus* se le aplicó el método de análisis de contenido, a partir del cual, fueron creadas 3 categorías temáticas: Política, Economía y General. El material fue colectado con base en investigaciones en los propios sitios web de los informativos que ofrecen noticias antiguas. En una segunda etapa, fue realizado un análisis cualitativo de 72 noticias - 24 por informativo *on-line* – seleccionadas en los cuatro años, con base en la frecuencia temática. Para analizar las noticias *on-line* fueron utilizadas las teorías de *newsmaking*, encuadramiento de *gatekeeper*, consideradas la relación fuente x periodista, la presencia de *fait divers* y el uso de imágenes fotográficas. Se abordó el tema de la integración regional soñada por Simón Bolívar. También, se observó la utilización de mitos, estereotipos, clichés y sentido común de las noticias *on-line*. En un tercer momento fueron realizadas entrevistas semi-estructuradas con los corresponsales internacionales para profundizar las discusiones. Finalmente, fueron cruzadas las informaciones colectadas para comprender el proceso de construcción geomediática de Brasil en las noticias *on-line* de tres medios informativos del Cono Sur. A partir de estos elementos, fue posible entender cómo es elaborada la construcción de las noticias *on-line* sobre Brasil en los países vecinos, involucrando temáticas comunes pero con atenciones diferenciadas, utilizando en la mayoría de las veces, el contenido producido por las agencias de noticias y relegando en segundo plano, el mantenimiento de corresponsales fijos en Brasil, así como, enviados especiales.

**Palabras claves:** construcción geomediática; prensa; noticias; informativos *on-line*; Mercosur.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### TABELAS

Tabela 1 ABC Color .....	81
Tabela 2 ABC Color .....	83
Tabela 1 do gráfico ABC Color .....	85
Tabela 2 do gráfico ABC Color .....	86
Tabela 3 ABC Color .....	87
Tabela 1 Clarín .....	89
Tabela 2 Clarín .....	91
Tabela 1 do gráfico Clarín .....	94
Tabela 2 do gráfico Clarín .....	95
Tabela 3 Clarín .....	96
Tabela 1 El País .....	97
Tabela 2 El País .....	99
Tabela 1 do gráfico do El País.....	101
Tabela 2 do gráfico do El País .....	101 -102
Tabela 3 do gráfico do El País.....	104
Tabela 3 El País .....	105
Tabela Origem da Produção do El País .....	107
Tabela Origem da Produção do Clarín .....	110
Tabela Origem da Produção do ABC Color .....	184

### FIGURAS

Uruguai ou Paraguai? No Brasil, é o mesmo.....	111
Obama diz que Lula tem maior popularidade mundial .....	112
Casos confirmados e suspeitos de gripe suína no mundo .....	114
Avião desaparecido: Informam nacionalidades, descartam presença de uruguaios .....	116
Mais travas para o setor leiteiro.....	117
Zelaya está na embaixada do Brasil .....	119
Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta .....	121
Dilma Rousseff, primeira mulher a governar o Brasil .....	123
Uruguai priorizará relação com Brasil e Argentina .....	125
Rio já palpita seu desfile de Carnaval .....	125
UTE e Eletrobras firmarão amanhã acordo energético .....	126
Uruguai deixará fixa cota de ingresso de frangos brasileiros .....	128
Rousseff de guerrilheira a presidente .....	129
Exportações: Restrição do Brasil é “pontual” para o governo .....	131
Mil pessoas deliram com as escolas de samba .....	130
Aumenta para 12 o número de mortos, depois de tiroteio em escola no Rio de Janeiro .....	132
Uruguai e Brasil, parecidos, mas nem tanto .....	134
Por que sobe o real e como isso repercute no Uruguai .....	135
Descontrole na Bahia por greve de policiais; 82 pessoas mortas .....	136
Oitocentos turistas uruguaios foram detidos na fronteira .....	138
Morreu o arquiteto brasileiro Oscar Niemeyer .....	139
MERCOSUL suspendeu o Paraguai .....	140
No Brasil, se inicia “juízo de século” por corrupção .....	142
Brasil mobilizou 10 mil efetivos às fronteiras do MERCOSUL .....	143
Produção industrial brasileira em baixa .....	146
Mais barreiras à entrada de produtos brasileiros na Argentina .....	149
Para Cristina e Lula, escândalo por paternidade de Lugo não deve afetar MERCOSUL.....	150
Crise na América Latina: Recuperação será mais fácil para Brasil .....	151
Lula deseja reformar a ordem econômica mundial após crise .....	153
Kirchner menciona conflito com Brasil e Lula adianta sua volta .....	154
Empresários brasileiros são muito mais otimistas que argentinos .....	156
Jovens argentinos elegem Brasil por causa da liberdade .....	158

Lula: “Não haverá caça a bruxas no Brasil” .....	159
Julio De Vido acusou Petrobras e Shell de desabastecer mercado .....	161
Barreira dos alimentos: Dilma ameaça com represálias .....	162
Frigoríficos brasileiros “dançam tango” .....	163
Países emergentes: Estrelas do mundo das fusões de 2010 .....	165
Antecedentes (tragédia Brasil) .....	166
Argentina, Brasil e México dizem que não correm risco .....	167
Brasil registra maior inflação em seis anos: 7,31% .....	169
Brasil supera Grã-Bretanha e é sexta economia mundial .....	170
Forte crescimento, mas ainda com escasso desenvolvimento social .....	172
Para Brasil, “a Argentina tem sido um problema permanente” .....	174
Ascensão social: 60% dos brasileiros já são da classe média .....	175
Brasil confirmou apoio para a região .....	177
Exportações industriais: Brasil começa a se desgrudar da Argentina .....	178
Brasil ameaça com represálias .....	180
Niemeyer: Despedida no Palácio do Planalto .....	181
Sarney comanda uma máfia .....	183
Toque de recolher é implantado para proteger dos traficantes a população .....	186
Cerca de 15.000 estrangeiros regularizam situação no Brasil .....	187
Itaipu produz energia e atrai turistas .....	189
Uso político da embaixada brasileira é criticado .....	191
Brasil quer ser líder e não império .....	192
Presidenciáveis buscam votos no Carnaval .....	194
Lula contra os falsos democratas da imprensa .....	195
Imagem de Lula supera a de Xuxa e Ronaldo .....	196
Inundações deixam 3.400 afetados no Brasil .....	198
Criação de 12,7 milhões de empregos no Brasil .....	199
Caso de sexo, violência e assassinato no futebol sensibiliza o Brasil .....	200
Seis paraguaios observam as eleições presidenciais no Brasil .....	201
Dilma é a primeira mulher presidente no Brasil .....	202
Brasil reforça vínculos com EUA e América Latina .....	203
Chuvas no Brasil: “Morrem muitas crianças”, afirma prefeito .....	204
Presidente Rousseff decreta luta por três dias por mortes no Rio de Janeiro Dilma decreta luto .....	205
Cônsul paraguaio em Curitiba pede precaução a compatriotas no Brasil .....	206
Histórico encontro de mulheres presidente da Argentina e Brasil .....	208
Crescemos ganhos das indústrias brasileiras .....	210
Rousseff: Brasil transformou crise em oportunidade e entrou na era da prosperidade .....	212
Corrupção no Brasil, mal endêmico que pode se agravar com o boom econômico .....	213
Empresários: contra medidas protecionistas de Dilma .....	215
Denúncias sobre corrupção preocupam Dilma e Lula .....	218

## GRÁFICOS

Gráfico ABC Color .....	84
Gráfico Clarín .....	94
Gráfico El País .....	102

# SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO .....	14
1.2. Problema de Pesquisa .....	24
1.3. Objetivo Geral .....	25
1.3.2. Objetivos Específicos .....	25
1.4. Justificativa .....	26
CAPÍTULO 2 - O sonho da integração .....	28
2.1. América Latina – semelhanças e diferenças .....	28
2.2. O Cone Sul .....	31
2.4. O Brasil e seus vizinhos .....	35
CAPÍTULO 3- Conceitos, Ideias e Mídias .....	39
3.1. O olhar é diferente do ver .....	43
3.2. O papel da imprensa .....	44
3.3. O mito .....	47
CAPÍTULO 4 - Teoria do Jornalismo .....	49
4.1. <i>Newsmaking</i> .....	51
4.1.2. Valores-notícia .....	52
4.3. <i>Fait Divers</i> .....	54
4.4. Fontes .....	55
4.4.1. As relações entre jornalistas e fontes .....	57
4.5. <i>Gatekeeper</i> - Estórias e seus <i>Gates</i> .....	57
4.6. Enquadramento .....	60
CAPÍTULO 5– Metodologia .....	63
5.1 Análise de Conteúdo; .....	63
5.1.1 Interpretação; .....	63
5.1.2 Escolhas; .....	63
5.2 Cenário de Pesquisa; .....	63
5.2.1 <i>Clarín</i> ; .....	63
5.2.2. <i>El País</i> ; .....	63
5.2.3. <i>ABC Color</i> ; .....	63
5.3. Categorias de análise; .....	63
5.3.5. Procedimentos de Codificação; .....	63
5.4. Sem comparações. ....	63
5.1. Análise de Conteúdo .....	64
5.1.1. Interpretação .....	65
5.1.2 Escolhas .....	68
5.2. Cenário de pesquisa .....	68

5.2.1 <i>Clarín</i> (Argentina).....	69
5.2.2. <i>El País</i> (Uruguai).....	71
5.2.3. <i>ABC Color</i> (Paraguai).....	71
5.2.4. Procedimentos de construção do <i>corpus</i> .....	72
5.3. Categorias de análise .....	75
5.4. Procedimentos de Codificação .....	75
5.5. Sem comparações .....	76
CAPÍTULO 6 - Resultados .....	79
6.1. Levantamento Descritivo.....	79
6.1.1 Análise de Dados - <i>ABC Color</i> .....	80
6.1.2 Análise da Tabela I.....	81
6.1.3 Análise da tabela I .....	82
6.1.4 Análise da Tabela II.....	83
6.1.5 Análise da Tabela II.....	83
6.1.6. Análise III.....	85
6.1.7 Dezembro de 2009: 44 matérias jornalísticas publicadas – o menor número.....	85
6.1.8 Janeiro de 2011: publicação de 167 matérias .....	87
6.1.9 Análise da Tabela III .....	89
6.1.10 Análise de Dados– <i>Clarín</i> .....	90
6.1.11 Análise da Tabela I.....	91
6.1.12 Análise da Tabela II.....	93
6.1.13 Análise III - Gráfico .....	95
6.1.14 Março de 2009: 15 matérias jornalísticas publicadas – menor número de publicações.....	95
6.1.15 Janeiro de 2011: 105 matérias publicadas .....	97
6.1.16 Análise da Tabela III .....	98
6.1.17 Análise de Dados – <i>El País</i> .....	100
6.1.18 Análise da Tabela I.....	100
6.1.19 Análise da Tabela II.....	102
6.1.20 Análise III.....	103
6.1.21 Janeiro de 2009: 10 matérias publicadas .....	104
6.1.22 Julho de 2010: 10 matérias publicadas .....	105
6.1.23 Setembro de 2011: 55 matérias publicadas .....	106
6.1.24 Análise da Tabela III .....	108
6.2 Análise Qualitativa – 72 matérias jornalísticas nos três veículos online .....	109
6.2.1 <i>El País</i> .....	110
6.2.2 <i>Clarín</i> .....	147
6.2.3 <i>ABC Color</i> .....	184
CAPÍTULO 7 - O jornalista no processo da produção da notícia .....	221

CAPÍTULO 8 – Em discussão: as versões sobre o Brasil .....	227
CONCLUSÃO.....	255
REFERÊNCIAS .....	272
REFERÊNCIAS ONLINE .....	282
APÊNDICES .....	288
APÊNDICE 1 .....	288
APÊNDICE 2 .....	292
APÊNDICE 3 .....	296

## 1. APRESENTAÇÃO

A cobertura internacional no jornalismo sempre me encantou. Nas leituras do noticiário, a editoria de Internacional era a primeira procurada por mim. Ao viajar para o exterior, sempre procurei saber o que “diziam sobre o Brasil”. Como jornalista, sempre acreditei que a imprensa seria um dos caminhos para encontrar essa resposta. Com as novas tecnologias e o noticiário *on-line*, minha curiosidade por vezes era satisfeita. Durante o curso de doutorado na UnB, nas discussões em sala de aula, invariavelmente surgia o debate sobre a imprensa sul-americana, suas semelhanças e diferenças em relação à brasileira. Mas uma questão me incomodava mais do que as outras: tratado como “gigante” pelos vizinhos, o Brasil, com 190.732.694 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa, IBGE,2010), que tipo de interesse desperta nos países ao seu redor? Como o Brasil é retratado, por exemplo, nos principais veículos da imprensa *on-line* da Argentina, do Uruguai e do Paraguai? Em busca de respostas, decidimos por esta pesquisa que se propôs a analisar o noticiário *on-line* do *Clarín* (Argentina), *El País* (Uruguai) e *ABC Color* (Paraguai), no período de janeiro de 2009 a dezembro de 2012. Assim iniciamos o trabalho que aqui está.

A opção por trabalhar com o material *on-line* justifica-se por, pelo menos, duas razões: uma porque se trata de um material de fácil recuperação e a outra porque a internet tem operado intensamente na disseminação do conhecimento universal que vai além dos limites social, étnico e político. Padilha (2009, p.02) ressalta que é impossível imaginar a vida cotidiana hoje dissociada da internet e de suas possibilidades.

A escolha pelos três veículos *on-line* mencionados refere-se às semelhanças existentes entre eles: todos tiveram sua origem no impresso, cuja tiragem é líder em seus países, mantêm linhas editoriais conservadoras e pertencem a conglomerados de comunicação. Detalhes sobre o perfil de cada veículo *on-line* aqui analisado estão no capítulo 5.

Optamos por analisar o período escolhido de 2009 a 2012 para abordar a última etapa do governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a primeira fase da gestão da presidente Dilma Rousseff. Não pretendemos fazer comparações entre as gestões, mas consideramos interessante observar as mudanças no noticiário ocorridas a partir da troca de governos: o que ganha destaque no noticiário e o modo como isso ocorre.

Também fomos motivados pelo desejo de observar os movimentos recentes, nos países vizinhos, em relação ao Brasil. Esse nos pareceu um período singular por permitir verificar a sequência de um governo do primeiro presidente operário e da primeira presidente mulher do Brasil – observações presentes em várias matérias jornalísticas aqui analisadas.

Propomos neste trabalho o conceito de construção geomidiática. O conceito é baseado na compreensão feita a partir do que é apresentado na indústria da comunicação, no caso o material jornalístico relativo ao Brasil e publicado, vale ressaltar, nos veículos *on-line* de imprensa aqui analisados: o que se noticia via internet a partir das informações selecionadas, das imagens publicadas, do destaque dado a elas. Ensejamos assim verificar se há a opção por mitos, estereótipos e pelo senso comum para apresentar o Brasil pelos transmissores da notícia, os jornalistas, e suas interfaces no mundo.

A construção geomidiática é, pois, aqui entendida como a difusão de informações, por meio da mídia, da realidade social entendida e interpretada pela imprensa. Nesta pesquisa focaliza-se essa construção acerca do Brasil nos países do Cone Sul (Argentina, Paraguai e Uruguai) com base no levantamento de notícias nos veículos anteriormente destacados. A inspiração para a compreensão dessa construção nasceu das leituras de Steinberger (2005, p.17) que discute “geopolítica” como conceito produzido na multiplicidade de discursos. Para compreender a multiplicidade de discursos, Pedrosa, Coutinho e Santi (2011, p.38) observam que, na indústria midiática, os consumidores processam informações utilizando as mais diferentes tecnologias da mídia para a comunicação, como a internet, o rádio, a televisão e as revistas, além dos jornais.

Steinberger (2005, p. 64-65) acrescenta ainda que para compreender o que se constitui o geopolítico é necessário observar que há uma tendência às generalizações, por parte da imprensa, ao descrever o outro. É o que ela chama de “imaginário internacional” a respeito de uma região, um país, um território ou um povo. No levantamento feito para esta pesquisa, verificamos o chamado “imaginário internacional” nas notícias relativas ao Carnaval, por exemplo, que insistem em manter relatos sobre o “espetáculo” do Sambódromo, a “alegria contagiante” e “milhares de pessoas nas ruas”. Segundo ela, o próprio conceito de MERCOSUL como um bloco geopolítico é constituído no campo simbólico do imaginário internacional por meio de

fluxos discursivos. Ela também ressalta, por exemplo, que a integração bolivariana nos dias atuais se processa, sobretudo, com base em discursos precários na imprensa.

Na tentativa de entender o processo da construção midiática do Brasil nos três veículos *on-line*, julgamos essencial aprofundar tanto as leituras sobre a América Latina, especialmente sobre o Cone Sul, sob o ponto de vista simbólico, no caso Paraguai, Uruguai e Argentina, assim como as discussões referentes ao “olhar estrangeiro”, ao uso dos mitos na produção dos discursos e às teorias da comunicação. Este estudo é composto por nove capítulos, assim nomeados:

1. Apresentação, problema de Pesquisa, objetivo geral e objetivos específicos;
2. A integração no Cone Sul e América Latina;
3. O Brasil e seus vizinhos;
4. O olhar estrangeiro: mitos, estereótipos, clichês e senso comum;
5. Teoria da comunicação: *newsmaking*; *gatekeeping*; enquadramento; relação jornalista e fontes;
6. Metodologia: análise de conteúdo; procedimentos; etapas; levantamento do *corpus* e análise qualitativa do material coletado;
7. O jornalista no processo de produção da notícia;
8. Discussões;

Conclusões

Na discussão sobre a integração na América Latina e nos países do Cone Sul, tentamos verificar se o propalado processo ocorre de acordo com o noticiário *on-line* por nós analisado. Porém, o que foi observado é que a integração tão desejada por Simón Bolívar ao promover as lutas pela independência das antigas colônias e a busca por uma só América não se confirma nas notícias publicadas sobre o Brasil tanto na Argentina como no Uruguai e no Paraguai. Verificamos que a integração existe apenas em momentos específicos e de interesse mútuo. Não há a integração como parceria, mas sim um olhar de desconfiança e crítica permanentes.

Observamos a existência de uma espécie de competição, por vezes implícita, entre os vizinhos e o Brasil e também um movimento por noticiar informações que

possam de alguma maneira influenciar no cotidiano dos respectivos países. Não apresentamos aqui um juízo de valor, mas uma interpretação dos conteúdos publicados nos veículos *on-line* analisados. O MERCOSUL, por exemplo, é citado como referência do bloco do Cone Sul – formado por Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e, mais recentemente, também pela Venezuela – mas é mencionado principalmente nos embates comerciais e econômicos, além dos impasses políticos, como no caso da suspensão do Paraguai do grupo, após a destituição do então presidente Fernando Lugo do poder, em junho de 2012. Não tivemos aqui a pretensão de aprofundar as questões relativas ao MERCOSUL. O bloco econômico é mencionado em decorrência das citações presentes nas notícias analisadas. Se fôssemos analisar a questão do MERCOSUL, teríamos de incluir a Venezuela, pois o país passou a ser membro titular do bloco em 2012.

O clima de disputa no MERCOSUL pode estar na sua origem. Para Quintão (2010, p.444), por exemplo, a luta pelas independências e a questão da multiculturalidade na região criou o que ele chama de insegurança identitária, levando cada país a estabelecer ostensiva e quase agressiva couraça sobre si. Compreendemos que, talvez, no imaginário coletivo tal incômodo permaneça. Quintão (2010, p.450) ainda acrescenta que um dos equívocos dos líderes políticos é centralizar a abordagem do MERCOSUL nos âmbitos político, econômico e comercial, esquecendo-se do cultural, equívoco esse que se reflete na imprensa.

Por outro lado, no material por nós analisado, também verificamos a existência de um esforço em buscar semelhanças entre os respectivos países e o Brasil, representado quer seja na alegria dos turistas brasileiros que vão em busca do verão em Punta del Este, no Uruguai, quiçá por meio das necessidades comuns de paraguaios e brasileiros que dependem da energia da Usina Hidrelétrica de Itaipu. Para Diamond, Harlyn & Linz (1999, p.1-5), a história recente dos quatro países – Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai – centrada na luta contra a ditadura e pela redemocratização aproxima-os. Os autores dizem que é fundamental observar a América Latina como um todo a partir do processo de democratização da região. Eles lembram que houve alternâncias de poder em todos os países e que os regimes de democracia se consolidaram, respeitando os princípios da soberania popular e da distribuição equitativa do poder com a preservação da liberdade. No entanto, Diamond, Harlyn & Linz advertem que há diferentes formas de se estabelecer a democracia na região e que é necessário respeitar esses conceitos. A estimativa, de acordo com os autores, é a de

que a consolidação plena da democracia na América Latina leve cerca de duas décadas a contar a partir do fim dos governos militares. Eles advertem ainda sobre a necessidade de dar ouvidos à sociedade civil, que se confirma como elemento essencial, e também de combater os focos de corrupção.

Verificamos, no noticiário ora estudado, que as discussões sobre democracia, combate à corrupção e respeito às liberdades são recorrentes e presentes nas três grandes categorias criadas nesta pesquisa: Geral, Política e Economia. Para nós, a manutenção dos temas na pauta do noticiário é uma demonstração de que, mesmo diferentes entre si, os vizinhos do Brasil têm preocupações em comum, bem como evidencia o fato de que algo ocorrido em um país pode afetar diretamente os demais.

Insistimos no respeito ao que chamamos de “olhar estrangeiro” sobre o outro. Peixoto (1989, p.361-362) diz que o olhar sobre o outro nunca esteve tão em discussão na sociedade e no mundo contemporâneo como ocorre atualmente, portanto é preciso observar a saturação do uso de mitos, clichês e estereótipos, construídos com base nesse olhar estrangeiro sobre o outro. Para o autor, essa tendência aumenta devido à banalização e a facilidade em descartar as coisas e imagens levadas ao extremo. Compreendemos que a mídia e, mais especificamente, o noticiário *on-line* não foge a isso. O jornalismo é, dentre outros aspectos, um dos responsáveis pelos relatos da história presente, dos fatos e dos acontecimentos. Peixoto diz que o mundo está convertido em uma espécie de cenário, e os indivíduos em personagens, pois tradicionalmente o pensamento ocidental fundou-se no princípio da representação: as imagens e os conceitos serviam para representar algo que lhes era exterior.

Cardoso (1989, p.347) alerta que é fundamental observar o “outro como outro” como o faz a antropologia, enquanto Minois (2003, p.629) defende que o pesquisador observe também a questão do humor nas suas análises. Nesta pesquisa, verificamos que essa advertência dos autores muitas vezes não é levada em consideração pelos jornalistas na produção das notícias. Fazemos tal afirmação ao percebermos que, por vezes, os relatos jornalísticos são repletos de informações que desconsideram as idiosincrasias culturais do Brasil. Um exemplo é a matéria jornalística em tom crítico, publicada no *Clarín on-line*, que relata o excesso de otimismo do empresariado brasileiro em comparação ao argentino. Interpretamos que a ironia presente no texto é uma crítica ao “espírito bem-humorado” do brasileiro. Para Minois, é possível reproduzir o que se passa em uma sociedade, relatar histórias inteiras e até episódios

específicos desde que se respeite e se compreenda o humor local. Ele diz que a história da humanidade ocidental pode ser observada pelas diferentes formas de tratar o humor em cada época – da antiguidade à modernidade até a contemporânea.

Aqui se verificou que boa parte do noticiário *on-line*, analisado qualitativamente, sustentou-se com base na utilização de mitos, estereótipos, clichês e senso comum para consolidar conceitos estabelecidos sobre o Brasil. Tal verificação pode não ser surpreendente à primeira vista, porém, para nós é motivo de registro, pois de um total de 72 matérias jornalísticas qualitativamente analisadas, em 17 identificamos a presença dos elementos referidos. Porém, a utilização desses recursos se acentua, considerando que há casos específicos e uma insistência na sua repetição. Observamos o uso desses recursos nas notícias, por exemplo, sobre a violência no Rio de Janeiro, relatada como se houvesse um campo de guerra constante, no *El País on-line*; e na matéria jornalística sobre a suspeita que o senador José Sarney (PMDB-AP) faz parte de uma máfia de corrupção, no *ABC Color on-line*. Os textos são construídos a partir de uma profusão de informações em *off* (mantendo as fontes preservadas) e adjetivos. É possível reconhecer nos dois casos a leviandade causada pela utilização de estereótipos, clichês e senso comum.

Identificamos em uma situação o apelo ao recurso do mito do brasileiro gentil, simpático e generoso na notícia sobre a “invasão de turistas” do Brasil nas praias de Punta del Leste, no Uruguai, publicada no *El País on-line*. Na notícia, os brasileiros são descritos exatamente à imagem que os próprios gostam de divulgar sobre si: alegres e festeiros. DaMatta (1997, p.183) diz que essa imagem externa do rito do brasileiro “doce, meio e gostoso” é uma reação à necessidade de assumir a consciência do universo global sobre o que realmente ele é, demonstrando a busca pela fuga de conflitos e pela subserviência histórica.

Chauí (2000, p.08) evidencia o fato de que o brasileiro alimenta o conceito do mito fundador ao reforçar externamente a imagem do Brasil e do povo. Para ela, esse comportamento é gerado pela crença generalizada que se sustenta em cinco princípios: o Brasil é um “dom de Deus e da Natureza”; tem um povo pacífico, ordeiro, generoso, alegre e sensual, mesmo quando sofredor; os brasileiros desconhecem discriminação de raça e credo; é um país acolhedor, que repudia a vagabundagem, “mãe da delinquência” e, por fim, é um país de “contrastes” regionais devido à pluralidade econômica e social.

Na busca pela compreensão do *corpus* levantado para esta pesquisa, escolhemos as teorias do *newsmaking*; *gatekeeper* e do enquadramento. O *newsmaking* é a teoria que permite a avaliação de uma série de critérios: valores-notícias, grau de noticiabilidade, relações pessoais dentro da organização (empresa que produz a notícia) e rotinas de produção da reportagem, dentre outras. É por meio dessa elaboração teórica que tentamos compreender a cultura profissional do jornalista, a organização do trabalho e os processos produtivos dentro da empresa de uma comunicação. É a teoria que avalia a noticiabilidade e o valor-notícia de um evento – as eleições presidenciais, o sobe-e-desce das Bolsas de Valores, denúncias e catástrofes naturais, por exemplo, considerando as probabilidades de tais fatos se transformarem em notícia (WOLF, 1994, p. 159-227).

Optamos por essa teoria porque, para nós, ela complementa a interpretação do *newsmaking* na seleção e produção do noticiário na imprensa. Na ação de contar histórias, o jornalismo utiliza mecanismos nem sempre explícitos. São recursos que influenciam implicitamente a escolha, a forma e a veiculação das matérias jornalísticas. A expressão *gate*, do inglês, é o portão; no caso, os atores envolvidos no processo de produção e veiculação da notícia são como guardiões da informação. O guardião poderá ou não dar divulgação à notícia por razões de natureza organizacional ou político-econômica.

O enquadramento é um conceito, surgido nos anos de 1970, que estabelece que os meios de comunicação utilizam palavras, ideias, expressões e adjetivos na tentativa de promover o enquadramento – o enfoque – que acaba por modelar o acontecimento, destacando determinados aspectos e ocultando outros. Na prática são princípios de construção da realidade sobre a forma como serão apreendidos pelos jornalistas e públicos. É o enquadramento que nos permite, por exemplo, distinguir simulação de realidade e distinguir o jogo do seu referente real.

Também abordamos aqui a relação jornalista *versus* fontes. Consideramos essa discussão essencial ao verificar que em várias notícias analisadas qualitativamente a presença de fontes oficiais predominavam. Sousa (1998, p.2-4) diz que as fontes jornalísticas como sendo parte do grupo dos “promotores de notícias” que buscam dar divulgação a determinadas ocorrências à categoria de notícias ou que tentam impedir que outras se transformem em notícias. Molotch e Lester (1974) acrescentam que as fontes se aproveitam das rotinas jornalísticas para promover (dar divulgação) às

informações que lhe interessam. Observamos que o conceito de Wolf (2003, p. 238-239) sobre a predominância, no jornalismo na relação com as fontes, do que classifica como “fontes oficiais, institucionais e estáveis” é confirmado no noticiário *on-line* sobre o Brasil.

Consideramos que a busca pela “verdade”, em grande parte das notícias publicadas sobre o Brasil nos veículos *on-line* analisados, sustenta-se na informação “oficial, institucional e, portanto, estável”. Blumler e Gurech (1995) afirmam que a relação entre jornalistas e fontes é de interesse mútuo: os jornalistas estão interessados em obter informação, ao passo que as fontes têm interesse em divulgar determinadas informações com um enquadramento específico e podem, inclusive, esconder o que não querem tornar público.

Utilizamos nesta pesquisa a metodologia da análise de conteúdo, e estabelecemos procedimentos e várias etapas de trabalho. Trabalhamos com a leitura bibliográfica sobre Brasil e América Latina; realizamos o levantamento do *corpus* relativo ao período de 2009 a 2012, nos três veículos *on-line* – *Clarín* (Argentina), *El País* (Uruguai) e *ABC Color* (Paraguai) – chegando a um volume de 7.746 notícias, excluindo as editorias de cultura e esportes. A quantidade de notícias coletadas sobre o Brasil nos surpreendeu, pois, embora não tivéssemos uma estimativa inicial, o número final nos pareceu bastante elevado.

Diante do volume de matérias jornalísticas, decidimos estabelecer critérios para agrupar as notícias. Criamos três grandes categorias: Política, Economia e Geral – esta última para as matérias jornalísticas que não se encaixavam nas duas primeiras categorias. Assim, com os dados “em mãos”, verificamos que em cada veículo predominou uma categoria distinta: no *Clarín* foi Economia; no *ABC Color*, Política, e no *El País* sobressaíram as notícias cujas características enquadravam-se na categoria Geral. Constatamos também que o noticiário *on-line* paraguaio reuniu o maior volume de notícias: 4.122 ; seguido pelo argentino, com 2.302, e depois o uruguaio, com 1.322. Havia, ainda, uma discrepância na quantidade de notícias em relação aos meses considerados no período estudado. Para, enfim, tornar mais claro o que ocorreu nesses meses – tanto os com maior número de notícias como os com menor quantidade de matérias publicadas – estabelecemos subcategorias de análise.

Por fim, realizamos a análise qualitativa. Optamos por escolher 24 notícias por veículo tendo por referência as temáticas predominantes por semestre em cada

noticiário. Chegamos, ao final, a 72 matérias jornalísticas. Nelas, aplicamos as teorias da comunicação, observando a construção geomidiática do Brasil nos respectivos veículos a partir da seleção dos fatos, da elaboração do texto, da escolha das fontes, da utilização de imagens, da presença – ou não – de jornalistas correspondentes e enviados, do uso de material produzido por agências noticiosas até a publicação das notícias.

Na tentativa de compreender o papel do jornalista no processo de produção da notícia, realizamos três entrevistas semiestruturadas com jornalistas correspondentes que têm experiência em coberturas internacionais na América Latina. Nas entrevistas, os três profissionais destacaram a importância das empresas em manter correspondentes fixos e de enviar jornalistas para coberturas específicas, mas reconheceram também o avanço das agências internacionais de notícias com sua rede de jornalistas para as grandes coberturas.

Verificamos, por exemplo, que apenas o *Clarín* mantém uma jornalista correspondente no Brasil, Eleonora Gósmán, onde vive há mais de 20 anos, atualmente em São Paulo. O *ABC Color* e o *El País*, apesar do interesse demonstrado, pelo volume de matérias que publica sobre o Brasil, não mantêm correspondentes no país. Essa análise qualitativa nos permitiu saber que o noticiário *on-line* dos três veículos se sustenta, na maior parte dos casos, por material produzido pelas agências internacionais: EFE, espanhola; Ansa, italiana; *Associated Press* (AP), norte-americana, e AFP (Agence France-Press), francesa. Há situações em que são utilizados textos de todas as agências, há outros casos em que é feita a compilação do material e assina-se “da Redação” e, em raras ocasiões, são enviados jornalistas para a apuração das notícias.

Nos dois últimos capítulos desta pesquisa, discutimos os aspectos que nos despertaram a atenção no *corpus* e na análise qualitativa. Foi possível perceber que a construção geomidiática do Brasil, no noticiário *on-line* do *Clarín*, *El País* e *ABC Color*, infelizmente sustenta-se em relatos pasteurizados produzidos por agências noticiosas que “vendem” seus produtos para diferentes países. A realidade do Brasil apresentada aos leitores desses veículos de informação, de modo geral, é baseada em notícias que têm forma de relatórios, cuja sustentação está atrelada aos discursos dos políticos brasileiros, em autoridades públicas e em números.

As agências noticiosas estrangeiras constantemente reproduzem notícias de terceira mão, pois utilizam material gerado pelos jornais brasileiros, como a Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo; a correspondente argentina Eleonora Gósmán, por

exemplo, usa esse recurso. Inquieta-nos a verificação desse comportamento, uma vez que são as raras ocasiões em que os dados relativos ao Brasil são humanizados. Caso ilustrativo é o tratamento dado ao se relatar a violência no Rio de Janeiro: não se dá voz aos moradores. Outros exemplos dizem respeito à condição de melhoria do poder de compra do brasileiro e aos avanços da classe média, que são relatados também com a ausência de opiniões dos cidadãos. As matérias jornalísticas de Política são oriundas de elaboração das agências de notícias ou de reproduções das emissoras de televisão e de rádio.

O exame minucioso desse material nos permitiu a verificação de que é cada vez mais evidente a avaliação de Crato (1992 p.95-96). Segundo ele, nos dias atuais os veículos de imprensa não podem prescindir dos serviços das agências. É tal sua importância que a grande maioria das informações de qualquer empresa jornalística não provém dos seus jornalistas ou fontes próprias, mas sim das fontes noticiosas. Há agências internacionais que cobrem um conjunto de países e as nacionais que asseguram o noticiário de seu país. Crato atribui aos elevados custos para a manutenção dos serviços e dos profissionais os avanços das agências estrangeiras. Manuel Martínez, um dos jornalistas entrevistados exclusivamente para esta pesquisa, disse que a reclamação mais frequente dos jornalistas estrangeiros que vêm para o Brasil é o custo de vida neste país.

Trabalhamos nesta pesquisa em cinco vertentes em busca de respostas às questões aqui abordadas:

1. Integração entre os países;
2. Multiplicidade de fatores que levam à utilização de estereótipos, clichês, senso comum e mitos na construção geomidiática sobre o Brasil;
3. Modo de produção das notícias sobre o Brasil – uso de filtros e a forma artesanal de produzir o noticiário;
4. Modo de produção *on-line* e suas especificidades;
5. Papel do jornalista na construção na imprensa sobre o Brasil;

Observamos, ainda, que no decorrer de quatro anos – considerando os anos de 2009 a 2012 – a construção geomidiática do Brasil nos três veículos *on-line* analisados praticamente manteve-se inalterado no que se refere às temáticas escolhidas: uma sucessão de escândalos políticos, relatos de disputas comerciais e econômicas, além de notícias relativas às catástrofes naturais e casos de violência. As modificações

observadas devem-se, basicamente, aos atores envolvidos, pois o período estudado por nós diz respeito às gestões do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e da presidente Dilma Rousseff.

## 1.2. Problema de Pesquisa

A forma como situamos o Brasil nesse cenário conduz, sobretudo, à necessidade de compreensão da representação do país e do povo brasileiro para esses vizinhos. Como o Brasil é observado e retratado, através do noticiário *on-line* de três países, e apresentado aos leitores dessa região? De que forma é empreendida a construção geomidiática do Brasil nas notícias do *ABC Color*, *El País* e *Clarín*? Essas questões são relevantes porque há vários estudos sobre o comportamento do brasileiro, a autoimagem que faz sobre si. Como consequência, por vezes o Brasil é apresentado para o exterior com base nessas referências.

DaMatta (1997, p.181-182) diz que para entender sobre Brasil é fundamental compreender a forma geral situada em “festas”, o comportamento “sabe com quem está falando?”, do “jeitinho”, da “cordialidade” e da “malandragem”. Tais compreensões sobre o modo de ser do brasileiro também são descritas nos relatos sobre o Brasil e nas notícias veiculadas a respeito do país no corpus aqui analisado. Na busca pela elaboração do estudo sobre a imagem (ou imagens) do Brasil no Cone Sul – Argentina, Paraguai e Uruguai –, vale dizer, do modo como o Brasil é visto e o porquê, buscamos verificar se há uso de clichês, estereótipos, mitos e senso comum nas descrições. Para Chauí (2000, p.8), a construção de relatos sobre o brasileiro, que o definem como povo alegre, pacífico e trabalhador, tem responsabilidade direta também das autoridades públicas que, por interesses diversos, colaboram para manter essa autoimagem. Holanda (1976, p.106) destaca que a principal contribuição brasileira para a civilização será a da cordialidade. Segundo ele, essas virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam reforçam o mito sobre o povo brasileiro e sua tradicional cordialidade.

Com uma fronteira marítima de 7.367 quilômetros, o Brasil tem limites terrestres com dez países: Uruguai, Argentina, Paraguai, Bolívia, Peru, Colômbia, Venezuela, Guiana Francesa, Guiana e Suriname. O Brasil não tem fronteira apenas com o Equador e o Chile na região. Indiscutivelmente, a posição geográfica do Brasil, suas dimensões, conquistas econômicas e políticas de alguma forma refletem e influenciam na América

Latina. Mas nesta pesquisa propusemos aprofundar essas discussões com base no levantamento do *corpus* do noticiário on-line do *ABC Color*, *El País* e *Clarín*, na análise qualitativa das notícias, do período de 2009 a 2012, e na interpretação dos dados, segundo as teorias do *newsmaking*, *gatekeeping* e enquadramento.

Verificamos, nesta investigação, lacunas nas pesquisas referentes aos estudos sobre América do Sul, especialmente no que diz respeito ao noticiário *on-line* recente sobre o Brasil nos países do Cone Sul, fato que nos despertou o interesse em pesquisar as notícias e verificar, vale lembrar, o processo de construção geomidiática do Brasil e a realidade apresentada pela imprensa na internet para seus leitores. Observamos que isso envolve uma série de aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais não só do Brasil como dos brasileiros.

Logo, o problema desta pesquisa é assim definido:

1.2.1. Até que ponto as mudanças sociais, políticas e econômicas alteraram a construção da mídia, selecionada por nós, sobre o Brasil;

1.2.2. O que muda nessa construção midiática a partir dessas transformações;

1.2.3. Como se explicam as mudanças verificadas ao longo desta pesquisa.

### **1.3. Objetivo Geral**

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o conteúdo nas matérias jornalísticas publicadas sobre o Brasil no noticiário *on-line* do *Clarín* (Argentina), do *ABC Color* (Paraguai) e do *El País* (Argentina). Por que a tríade – Brasil das festas, Brasil do futebol e Brasil real – aparece ao longo das matérias jornalísticas publicadas?

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

1. Analisar as temáticas e os valores-notícia utilizados na construção geomidiática sobre o Brasil nos três veículos já informados;
2. Analisar o processo de *gatekeeping* da cobertura sobre o Brasil nesse noticiário; Investigar a evolução e as mudanças dessa cobertura no período de 2009 a 2012.

## 1.4. Justificativa

É interessante observar o modo como um olhar estrangeiro, que é na prática a construção simbólica social feita pela imprensa sobre o Brasil, nesta pesquisa é representado pelo jornalista. Moscovici (2005, p. 89) diz que os estudos sobre a mídia mostram que o paradigma da construção social da realidade tem servido de base à análise da maneira como a mídia estrutura o conjunto de representações por meio das quais se compreende o mundo. Nesta pesquisa buscamos levantar, verificar, analisar e interpretar se esse olhar repete antigas referências sobre o Brasil, ou se tenta buscar novas perspectivas – e se isso ocorre, quais são – e as diferenças identificadas nos relatos de imprensa de cada país.

O olhar estrangeiro e as mídias são objeto de preocupação de vários pesquisadores na história ocidental. Para Peixoto (1989, p.362), o olhar sobre o outro passou a ser um dos focos de atenção recente da sociedade contemporânea. Burke (2000; 231-236) salienta que é necessário ter cuidado, pois, por vezes, há uma tendência em singularizar o que na realidade é plural, como a descrição de Gilberto Freire de um “Brasil híbrido”, quando todas as sociedades são híbridas.

Ianni (1998) afirma que, no mundo atual, a partir do fenômeno da globalização, todos estão diretamente ligados, influenciando e sendo influenciados individual e coletivamente. Em relação a esse quadro, ele sustenta a relevância de se atualizar a discussão sobre as imagens, referindo-se às informações e fotografias do Brasil no exterior, especialmente no Cone Sul.

Para realização deste trabalho nos inspiramos nos estudos de Steinberger sobre geopolítica, assim como nos de Quintão, em referência às análises sobre América Latina, também nas discussões de Peixoto e Ianni sobre a necessidade de respeitar o outro como ele é; valemo-nos ainda da abordagem sobre o mito, apresentada por Chauí, e dos estereótipos, por DaMatta. Interessa-nos, aqui, avançar nas discussões acerca da imagem reproduzida sobre o Brasil nos principais veículos de imprensa *on-line* dos países vizinhos, verificando se há a integração, os focos de atenção, a frequência e o volume de informações. Também buscamos verificar quem são os produtores de notícia, qual é o papel do jornalista na construção das matérias, quais são as rotinas de produção e de seleção dos fatos. Ensejamos, pois, vale frisar, agregar aos estudos sobre mídia

elementos novos para a observação do já anunciado olhar estrangeiro sobre o Brasil, com foco nos três países vizinhos do Cone Sul – Argentina, Uruguai e Paraguai.

## **CAPÍTULO 2 - O sonho da integração**

Neste capítulo, fazemos uma breve discussão histórica sobre as diferenças e semelhanças existentes entre os países da América Latina, em especial os que compõem o Cone Sul. Não examinamos o Cone Sul enquanto unidade política nem geográfica, mas simbólica, considerando Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai. São analisados os esforços para a preservação das identidades de cada país e, paralelamente, as ações na tentativa de buscar a integração econômica, política e até social na região. Também é relacionada aqui a criação do bloco do MERCOSUL, inicialmente formado pelo Brasil, pela Argentina, pelo Paraguai e pelo Uruguai, como membros plenos e, depois, pela Venezuela. Não temos a pretensão de aprofundar a discussão sobre o referido bloco, mas destacamos o tema, pois ele aparece com frequência nas notícias por nós levantadas para este trabalho.

O capítulo está dividido em cinco subcapítulos:

2.1. América Latina – diferenças e semelhanças;

2.2. O Cone Sul;

2.3. Gigantes latinos;

2.4. O Brasil e seus vizinhos;

2.5. Datas e períodos históricos.

### **2.1. América Latina – semelhanças e diferenças**

A observação do Cone Sul, na América Latina impõe um olhar que se estende ao todo do mapa e cuja composição é formada por 20 países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela. Há, ainda, 11 territórios que não são independentes nem considerados integrantes da América Latina.

A origem da expressão “América Latina” é incerta. O Atlas Geográfico Brasileiro (1982, p.421) aponta indicações de que esse termo foi usado, inicialmente, no século XIX, pelo filósofo chileno Francisco Bilbao e, no mesmo período, pelo escritor colombiano José María Torres Caicedo, em um poema; consta ainda informação de

queo engenheiro e economista francês Michel Chevalier mencionou o termo durante missão diplomática feita aos Estados Unidos e ao México.

Porém, o sonho de uma América Latina única ganhou intensidade no século XIX. A proposta de uma só América, unida e coesa, foi difundida por Simón Bolívar (1783-1830), que comandou as lutas pela independência da Colômbia, do Peru, da Bolívia, do Equador e da Venezuela. Essa proposição baseava-se, sobretudo, na defesa contra a intromissão e invasão dos europeus na região. O esforço de Bolívar passou a ser chamado de bolivarismo, e consistia em “formar um Novo Mundo, uma única nação em que todas as partes sejam unidas entre si e em conjunto por um mesmo elo” (QUINTÃO, 2010, p.46). Mas Quintão (1972, p.56) acrescenta que disputas regionais, conflitos políticos e divergências afastaram a busca pela concretização do sonho de Bolívar.

O ideal de Bolívar esteve – e persiste – presente nos discursos de governantes da região sob a liderança do ex-presidente da Venezuela Hugo Chávez (morto em março de 2013), de 1998 a 2013, e do seu sucessor, Nicolás Maduro, governando desde 2013 até o momento presente. Há também apoio dos presidentes do Equador, Rafael Correa, que governa desde 2007 até os dias atuais, e da Bolívia, Evo Morales, no governo desde 2006 até os dias atuais. Nos discursos políticos, publicados na imprensa, os governantes da Venezuela, do Equador e da Bolívia se intitulam “bolivarianos”.

Para Quintão (2010, p.46), é fundamental analisar os trabalhos dos antropólogos, nas suas diferentes ramificações, para desvendar as marcas fundacionais do homem na América e suas grandes civilizações – incas, astecas, guaranis, araucanos e tantos outros – identificados como fontes da História Pré-Colombiana. O autor destaca ainda que essa análise é essencial porque as primeiras informações sobre a região foram mescladas entre o oficial, valores e costumes, considerando que exploradores se misturaram com religiosos e artistas nas expedições ao Novo Mundo. Ele ressalta ainda que ao longo do processo de ocupação territorial foram perdidas matrizes que fundamentavam o imaginário coletivo. Essas matrizes, que, de acordo com o autor, são a coesão, as características tribais e a historiografia da América, acabaram concentrando-se nas vertentes latina, inglesa e holandesa.

Diamond, Harlyn & Linz (1999, p.01) defendem como ação fundamental a observação da América Latina como um todo a partir do processo de democratização da região; dão ênfase ao fato de que praticamente todos os países viveram alternâncias de

poder, consolidaram regimes de democracia, respeitando os princípios da soberania popular e da distribuição equitativa do poder com a preservação da liberdade. Eles mencionam as diferentes formas de democracia adotadas na região: da protodemocracia, apontada como algo frequente entre os latino-americanos e caracterizada pela democracia para um grupo apenas e não para o conjunto da sociedade; a semidemocracia, marcada pela adoção de apenas alguns dos princípios democráticos. Também cita como aspecto comum entre os países a ocorrência do período militar, geralmente imposto por meio de golpe de Estado, e o populismo, com características autoritárias e o autoritarismo burocrático.

Para Lambert (1972, p.47), em estudos feitos há quatro décadas, é essencial analisar a América Latina como um conjunto, mas sem confundir cada país e suas características próprias, pois tentar classificar os 20 países latino-americanos utilizando como base seu nível geral de desenvolvimento, social, político e econômico “implica amplamente na intervenção de impressões pessoais e comporta, assim, grande parcela de arbítrio”. Apesar de o estudo do autor ter mais de 40 anos, ainda é atual e o alerta dele é válido, pois as semelhanças que há entre um e outro país são insuficientes para catalogá-los como iguais; no máximo, podem ser chamados de “nações irmãs”, como os políticos gostam de referenciar.

Durante o levantamento e a análise do *corpus*, percebemos ser impossível analisar os países latino-americanos em três grandes grupos, como propõe Lambert (1972, p.48): desenvolvidos, em desenvolvimento e subdesenvolvidos, considerando o que ele chama de “formas arcaicas de organização econômica e social”. O que se observa é que há essa impossibilidade de classificação em decorrência das mudanças registradas. Essas formas, de acordo com o autor, observam as pequenas comunidades fechadas ou da integração da população em uma sociedade nacional progressista. É preciso ir além da análise sobre organização econômica e social para compreender o que leva à busca ou às tentativas de aproximação e de integração na América Latina.

É interessante observar que há semelhanças entre alguns países, como por exemplo, entre Argentina e Uruguai. Ambos têm formação étnica basicamente europeia, pois houve uma eliminação de africanos e a manutenção de poucos representantes dos povos indígenas. Econômica, política e socialmente, os dois países apresentam elevado desenvolvimento, baixo índice de analfabetismo e mortalidade infantil, aspectos considerados relevantes na avaliação global (LAMBERT, 1972, p.50). Em outro grupo,

estão as nações que ganham a denominação de “países de estrutura arcaica dominante”, dentre os quais Peru, Equador, Bolívia Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicarágua, Haiti e República Dominicana. Esses países ainda não viveram as transformações econômicas e sociais na sua totalidade, isolando os avanços nas capitais. (LAMBERT, 1972, p.57).

Vale lembrar que o referido estudo foi concluído há quatro décadas. Inicialmente, o autor disse ter pensado em incluir o Paraguai nesse grupo, mas recuou por considerá-lo um país diferente. Segundo ele, a colonização do Paraguai ocorreu de tal maneira que estimulou o desenvolvimento, depois houve uma estagnação, e que sua localização, sem comunicação com o mar, entre Brasil, Argentina e Uruguai, gera uma relação dúbia: de estímulo a avanços, mas também de dependência e até de subserviência.

No material coletado para esta pesquisa, observou-se que a referência à unidade é, sobretudo, uma questão regional. Não há preocupações sobre aspectos comuns. O que existe é uma disputa comercial e econômica presente no noticiário, com as informações e os temores expostos. Também se verifica que interessa ao noticiário a presença de denúncias sobre corrupção e desvios de comportamento. Não observamos, por exemplo, uma atenção mais aprofundada que se relacionasse ao fato de um problema estar localizado em um “país-irmão”.

## **2.2. O Cone Sul**

Para compreender a região denominada Cone Sul, foco desta pesquisa no que tange à busca por dados e referenciais sobre o modo como os principais veículos de imprensa *on-line* da Argentina, do Paraguai e do Uruguai mencionam o Brasil, é fundamental entender a América Latina, suas distinções e semelhanças. A propalada globalização, que por vezes leva à construção e também desconstrução dos mitos e dos clichês, deve ser observada de forma cuidadosa. A globalização deve ser pensada com referência a “vários processos culturais, o que há de real e o que há de imaginário” do horizonte e nacional (CANCLINI, 2010, p.31). O autor propõe que, para analisar a globalização, é necessário observar as economias e culturas periféricas, daqueles que são excluídos dos circuitos globais. Canclini utiliza a expressão “globalizações

imaginadas” para se referir à chamada integração que não inclui certos países ou que apenas menciona alguns, dando mais espaço para outros.

Desde o século XIX, com Simón Bolívar, passando pela consolidação do Mercado Comum do Cone Sul – MERCOSUL, o bloco econômico e político do Cone Sul, até os dias atuais, com os ideais bolivarianos, existem esforços na defesa da integração na região. Não temos a pretensão de abordar de forma detalhada a iniciativa alinhavada na formação do MERCOSUL, em 1991. Mas é referência importante porque, ainda que de modo superficial, o tema surge nas notícias aqui analisadas. O MERCOSUL ganhou um novo integrante em dezembro de 2012: a Venezuela passou a ser membro permanente do bloco. Nos mesmos mês e ano, Bolívia e Uruguai anunciaram interesse em integrar o grupo. O Chile não é membro titular, é membro associado.

Quintão (2010, p.444) adverte sobre a origem da criação do MERCOSUL e os paradoxos oriundos do projeto. Isso porque, embora sustentada no conceito do respeito e reconhecimento dos povos, a proposta gerou um paradoxo ao fixar o espanhol e o português, idiomas europeus, como oficiais do bloco, uma vez que no Paraguai, a população se comunica em guarani. É importante relembrar essas diferenças, mesmo que linguísticas, na origem da criação do bloco, para compreender a complexidade que o cerca.

Tratando apenas da questão do idioma, o autor lembra que o Brasil, mantendo fronteira com dez dentre os doze países da América do Sul – as exceções são Chile e Equador –, o Brasil também lida com ambiguidades próximas, pois, na época do Império, foi proibido o uso do nheegatu, língua falada nas ruas. Depois, no governo de Getúlio Vargas (1930-1945), foram fechadas escolas e emissoras de rádio, nas quais o português não era o único idioma. Na Argentina, ocorreu o mesmo na tentativa de eliminar o uso das línguas indígenas.

Quintão (2010, p.444) ressalta que a luta pelas independências e a polêmica da multiculturalidade vivida no cotidiano, particularmente nas extensas áreas fronteiriças, gerou na América do Sul uma insegurança identitária: cada país procurou estabelecer-se, fixando sua própria cultura, costumes e hábitos de maneira ostensiva e quase agressiva. Nas fronteiras secas do Sul, lembra o autor, houve lutas devido à demarcação de limites e divisão de territórios, inclusive privados. “Na América Latina, as

‘representações identitárias’ amparam-se em uma base que, desagregadora do passado, tornou-se um espaço de convergência do presente, que é a herança da colonização”.

Julgamos importante tratar, ainda que o tenhamos feito de modo conciso, da relevância do MERCOSUL, lembrando aspectos de sua formação e também suas diferenças em torno da busca de integração da região porque, durante o levantamento do *corpus*, as referências a esse Mercado são constantes tanto política como econômica e socialmente. Porém, Quintão (2010, p.450) reitera que, independentemente da abordagem sobre o MERCOSUL, é importante observar que a temática cultural tem ficado à margem das discussões, em que predominam os temas comerciais, econômico e, por vezes, políticos.

Antes da consolidação do MERCOSUL, nos anos de 1950-1960, houve uma tentativa de busca de consolidação de certa identidade latino-americana como contraposição ao imperialismo norte-americano, que dominava a região no contexto da Guerra Fria, diz Valença (2010 prefácio): “A ideia esteve mais presente entre os intelectuais e artistas de esquerda da época. Não havia um referente, na realidade, um conjunto de características culturais comuns e articuladas que desse suporte a tal construção”.

### **2.3.1. Gigantes latinos**

O México, o Brasil, a Colômbia e a Venezuela são analisados em um grupo à parte por Lambert (1972, p.63). O autor afirma que é impossível dissociar qualquer tipo de análise sem considerar as dimensões desses países. O México tem na sua formação étnica basicamente os indígenas, um percentual pequeno de europeus e menor ainda de africanos. A vegetação é na sua maior parte semiárida e árida, dificultando o desenvolvimento agrícola, o que obriga o governo a diversificar as alternativas econômicas. Para o autor, o isolamento do México foi evitado devido à proximidade com os Estados Unidos, fator que provocou benefícios e malefícios. Os benefícios citados por ele estão associados aos avanços econômicos, e os malefícios às permanentes interferências dos norte-americanos. O México, para o autor, foi o país latino-americano que mais desenvolvimento obteve desde o fim da Segunda Guerra Mundial (1939-1945)<sup>i</sup>.

Há, de acordo com Lambert (1972, p.63), no México, no Brasil, na Venezuela e na Colômbia, um dualismo social – áreas muito desenvolvidas e outras ainda no período que ele chama de arcaico. Características acentuadas pela distribuição desequilibrada dos setores econômicos nos quatro países sob o ponto de vista geográfico. Segundo o autor, o Brasil tem uma peculiaridade: é possível no mesmo país encontrar todas as características presentes na América Latina como um todo. Ele coloca em destaque o fato de que a população brasileira é multiétnica – indígenas, negros, europeus e asiáticos –, e que, assim como há um elevado desenvolvimento industrial, existem ainda condições precárias em várias áreas do Brasil. Os índices de analfabetismo são elevados e os de pobreza também.

Pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010 mostra que a distribuição de renda no Brasil ainda é desigual no país como um todo. Pelos dados do IBGE, o percentual de analfabetos chega a 24,3% da população jovem e adulta do semiárido (região empobrecida do país), e que os homens mantêm salários mais elevados do que as mulheres (IBGE, 2010).

A partir dos anos de 1980 houve uma “onda de democratização” na tentativa de eliminar os governos autoritários que dominavam a maior parte dos países latino-americanos. Todavia, dez anos depois do início do processo de democratização no Brasil, os autores ressaltam que ainda são necessários esforços para consolidar a democracia na região, pois em vários momentos ela aparece apenas de forma superficial. A estimativa, de acordo com os autores, é a de que a consolidação plena da democracia na América Latina leve cerca de duas décadas contadas a partir do fim dos governos militares. Eles advertem sobre a necessidade de dar ouvidos à sociedade civil, que se confirma como elemento essencial, e também de combater os focos de corrupção (DIAMOND, HARLYN & LINZ 1999, p.1-5). Lembramos que esse estudo tem 34 anos, desde sua elaboração até os dias atuais houve mudanças políticas significativas especialmente no Brasil, na Argentina, no Uruguai e no Paraguai. As eleições diretas e populares se consolidaram, foram eleitos presidentes da República pelo voto dos cidadãos e as ameaças de retorno de governos ditatoriais são rechaçadas de forma explícita, tal como se observa no noticiário na imprensa, incluídas as notícias aqui analisadas.

## 2.4. O Brasil e seus vizinhos

Apesar de o estudo aqui proposto abordar um Brasil democrático, uma vez que compreende o período de 2009 a 2012, é interessante ter uma compreensão do país que perpassa regime militar e até mesmo a fase que antecedeu o fim da democracia e o começo das Forças Armadas no poder. A tomada do poder pelos militares em 1964, por meio do golpe, instaurando uma ditadura encerrada apenas em 1984, foi antecedida por uma fase de tensões políticas.

Em 1960, pela primeira vez, venceu as eleições presidenciais uma aliança política oposta à que comandava o país até então: Jânio Quadros (UDN) derrotou o governista Teixeira Lott (PTB-PSB), em 3 de outubro de 1960. O governo Jânio foi breve (31/01/1961 a 25/08/1961) e encerrado de maneira surpreendente: com a renúncia do presidente. No lugar de Jânio, assumiu o vice-presidente da República eleito João Goulart – apoiado pela UDN. Jango, como era conhecido, ficou no poder de 1961 a 1964, sendo deposto pelo golpe. Mas, antes, progressivamente a aliança PSB-PTB foi desarticulada e substituída pela aproximação da coligação (PSD-UDN) (CAMPOS; DOLHNICOFF, 2001, p.265-278).

Toledo (1994, p.68-69) dá realce ao fato de que, na história republicana, o golpe contra as instituições políticas frágeis se tornou permanente. No Brasil, o fantasma rondou de modo expressivo nos anos de 1960, mas também anteriormente nos anos de 1940. Em março de 1964, o golpe militar se instaurou. Teve então início o processo de calar a democracia, o debate político e ideológico, que ocorria nos partidos, nas associações, nas entidades de classe e trabalhadoras, entidades culturais, nacionalistas, socialistas e comunistas. Toledo (1994, p.74-76) lembra que o golpe de 1964 ocorreu depois de manobras fracassadas anteriormente e de uma série de fatores internos e costuras de apoios que permitiram aos militares a instauração do novo regime – com o suporte das classes dominantes e de forças aliadas

Ao afirmarmos que o golpe de 1964 teve como protagonistas principais as facções duras, as forças armadas e os setores liberais-conservadores da sociedade civil – com o apoio e incentivo da embaixada e de agências de inteligência norte-americana (Departamento d Estado, CIA, Pentágono e outras) – não significa que devemos isentar os setores nacionalistas e de esquerda pelo dramático desfecho do processo político. (TOLEDO, 1994, p.74).

Soares (1994, p.34-35) acrescenta ainda que os principais pesquisadores sobre o golpe militar no Brasil utilizam como certeza absoluta da motivação a conspiração dos militares com apoio dos grupos econômicos brasileiros. Porém, o autor destaca as razões, apresentadas pelos militares, para o golpe: caos, perigo comunista e motivações militares, além de fatores econômicos e da influência norte-americana apresentada como fatores externos.

Para Soares e D'Araújo (1994, p.01), é fundamental observar com um olhar crítico o chamado legado dos vinte anos de ditadura, elencando perdas e ganhos. Para eles, não há ganhos que se sobreponham à ausência de democracia, mas examinam o período de forma atenta. Eles lembram que todas as mazelas do país foram atribuídas aos governos militares. Considerando as consequências causadas pela ditadura, principalmente a regressão da democracia, os autores detalham uma série de outros acontecimentos e de situações que deve ser avaliada de modo diferenciado. Soares e D'Araújo citam como exemplos a falta de evolução dos partidos políticos e da legislação eleitoral, considerada por eles como “casuística”, a interrupção da formação da classe política, mantendo no comando os personagens que contribuíram com o golpe militar, a descrença da sociedade política como um canal legítimo de representação dos interesses da população.

A crise ética que esboçou nos anos 90 se deve, em muito, a esses fatores, e as iniciativas para reverter esse quadro vêm demonstrando um anseio de reconstrução política do país. Certamente nem todos os problemas existentes após o período militar (1964-1985) [SIC] podem e devem ser creditados aquele regime. Entretanto, por mais que acentuemos os aspectos positivos daquele período, nem todos seus ganhos, especialmente o crescimento econômico de fins da década de 60 e 70, podem, é claro, ser atribuídos a “virtudes” do regime militar. (SOARES; D'ARAÚJO, 1994, p.01).

Soares e D'Araújo (1994, p.03-08) ressaltam o engessamento das instituições e restrições às liberdades públicas, causado pelo regime militar, assim como o desrespeito aos direitos humanos e à radicalização ideológica.

Após esse breve histórico sobre as consequências do regime militar na vida cotidiana no Brasil, cabe então a observação do país e de sua sociedade nos anos mais recentes da história. DaMatta (1997, p.186-187) enfatiza a necessidade de se

compreender algo que ele denomina de tijolos ideológicos para se chegar à constituição e análise de uma identidade brasileira. Para ele, são esses “tijolos” que levam à compreensão de uma espécie de paradoxo em uma sociedade que é voltada para tudo que é universal e cordial, a descoberta do particular e do hierarquizado. Há, segundo o autor, uma regra que nega e reprime seu uso, mas há igualmente uma prática geral que estimula seu emprego. Segue-se uma advertência feita por DaMatta: para ele, há uma necessidade constante de se divorciar dessas práticas; e acrescenta: esse comportamento não é resultado de modismo ou de época, mas uma forma socialmente estabelecida.

A descoberta de que existem duas concepções da realidade nacional: uma delas é a visão do mundo como foco de integração e cordialidade, a outra é a visão do mundo como feito de categorias exclusivas colocadas numa escala de respeito e deferências. Finalmente descobrimos que tudo o que diz respeito ao inclusivo é por nós manifestamente adotado. O contrário é válido para o exclusivo, escondido ou falado em voz baixa. (DAMATTA, 1997, p. 186)

Barbosa (2000, p.56-57) diz que é importante observar o Brasil sob distintos ângulos. Ela sugere, por exemplo, que o país, enquanto indivíduo, é o sujeito normativo das instituições; a pessoa, em vários domínios, é o sujeito normativo das situações, neutralizando o impacto das leis e de critérios universalizantes. A autora acrescenta ainda que o pensamento social brasileiro, que sempre associou individualismo/personalismo a egoísmo, tibieza de instituições sociais, ausência de solidariedade e uma sociedade civil fraca acabou por impedir o desenvolvimento de senso de instituições comunitárias e da solidariedade social.

Cavalcanti (2000, p.154-155) ressalta que a obra *Carnavais, malandros e heróis*, de DaMatta, sintetiza de maneira simbólica o que faz o Brasil, Brasil: a articulação de redes sociais amplas e diferenciadas. É a capacidade de certa inversão, ancorada na dimensão cósmica e popular e na polissemia carnavalesca. “O carnaval torna-se desse modo o espelho da nacionalidade, cujo conteúdo cultural se revela no exame da relação entre cotidiano e ritual de organização do carnaval carioca”.

Díaz-Benítez (2013, p.35-37) é menos condescendente com o Brasil multifacetado: considera como imagem interpretada do Brasil mundo afora a da sexualidade desenfreada. Também diz que a sexualidade brasileira não é neutra no que se refere à política e ao poder, pois interfere diretamente em decisões pontuais na vida

cotidiana do país. Para ela, existem contradições no Brasil, onde a sexualidade, vista de fora, é libertária, mas na verdade essa sexualidade se entrecruza com diversas formas de desigualdade presentes na realidade nacional.

Uma das principais imagens que surgem. Aqui o sexo e as sexualidades teriam características próprias, excepcionais, territórios de proezas e exotismo. Este é um lado da moeda. Mas existe outro. A grande imagem de liberação sexual. A descoberta de que existem duas concepções da realidade nacional oblitera uma realidade sensível: as desigualdades na participação democrática efetiva. Se, por um lado, para o mundo o Brasil é um lugar de eterno verão, produtor de um carnaval lascivo, de corpos e prazeres tropicais e com grande oferta de turismo sexual, por outro, assistimos à eleição de um pastor [deputado Marco Feliciano, do PSC de São Paulo] para a presidência da Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara, apesar de suas posições polêmicas sobre homossexuais, negros e direitos das mulheres. (DÍAZ-BENÍTEZ, 2013, p. 35)

Para alguns pesquisadores, o processo de redemocratização do Brasil começou de forma lenta e gradual a partir de janeiro de 1984 com o comício das “diretas já” – em favor das eleições diretas para presidente da República – na Praça da Sé, em São Paulo. Porém, há aqueles que consideram como prenúncio de abertura política a série de discursos e declarações do então presidente general Ernesto Geisel (1974-1979), que sofreu uma grave crise econômica refletida nos campos social e político. Ao assumir o governo em 1979, o general João Baptista Figueiredo (1979-1985) prometeu fazer do Brasil uma democracia. Figueiredo concedeu anistia aos cassados pelo regime militar e também aos denunciados por tortura. Houve reações por parte dos conservadores e resistentes às mudanças, inclusive com explosões de bombas em lugares públicos (KINZO, 2001).

## **CAPÍTULO 3- Conceitos, Ideias e Mídias**

Nesta etapa da pesquisa, trabalhamos os conceitos, as ideias e as mídias sobre as diferentes formas de perceber o outro, no caso, especificamente os relatos dos estrangeiros sobre uma realidade que não é a sua. É importante observar essa ótica, uma vez que nossa proposta é a de tratar da construção geomidiática do Brasil em veículos estrangeiros de informação. Torna-se importante reforçar a compreensão que temos sobre construção geomidiática: difusão de informações, por meio da mídia, da realidade social entendida e interpretada pela imprensa. Para elaborar esse conceito recorreremos à ordem geopolítica.

Para Steinberger (2003), o conceito de ordem política é estabelecido através de uma rede de ações e relações especialmente projetada para a distribuição do poder. A autora lembra ainda que, no conceito tradicional, uma ordem geopolítica é “um estado de distribuição de poder que gera certa correlação de forças entre Estados nacionais, daí ser chamada também de ‘ordem internacional’” (STEINBERGER, 2003, p.65). Consideramos aqui fundamental a inclusão da discussão sobre os mitos, estereótipos e clichês ao abordar esse conceito, assim como a atuação da mídia na construção social de uma determinada realidade. Para tanto, neste capítulo há três subcapítulos:

- 3.1. O olhar é diferente do ver;
- 3.2. O papel da imprensa;
- 3.3. O mito.

Parece-nos que vivemos um momento particularmente singular em termos de se olhar sobre o outro, tão discutido no mundo contemporâneo. É necessário, entretanto, manter o alerta sobre a saturação do uso de mitos, clichês e estereótipos, construídos a partir do olhar estrangeiro sobre o outro. A tendência aumenta devido à banalização e à facilidade em descartar as coisas e imagens levadas ao extremo (PEIXOTO, 1989, p. 361).

A mídia e, mais especificamente, os jornais, não fogem a essa regra. O jornalismo é também um dos responsáveis pelos relatos da história presente, dos fatos e dos acontecimentos. Quanto aos meios de comunicação, Peixoto (1989, p. 362) adverte sobre sua responsabilidade por colaborar profundamente para a construção do que se chama realidade: “Não há distinção entre o real e a ficção”. Para ele, o mundo está

convertido em uma espécie de cenário, e os indivíduos em personagens, pois tradicionalmente o pensamento ocidental fundou-se no princípio da representação: as imagens e os conceitos serviam para representar algo que lhes era exterior.

Jeedlowski (2005, p.95) ressalta o poder dos meios de comunicação no processo de construção da realidade. Na sociedade contemporânea, as imagens passaram a constituir elas próprias a realidade, dificultando a distinção entre o real e o que não é real: “Há uma sensação constante que a fachada oculta o verdadeiro mundo que está por trás” (PEIXOTO, 1989, p.362).

Para Peixoto (1989, p.365), a cultura contemporânea é de segunda geração, pois a história, a experiência e os anseios de cada um são moldados pela literatura, pelos quadrinhos, pela mídia, pela televisão e pelo cinema e não diretamente por aqueles que estão envolvidos nos processos: “São vidas em segundo grau, todas essas histórias foram vividas e esses lugares visitados”. Eis então um olhar estrangeiro: aquele que não é do lugar, que é capaz de ver algo que não pode ser visto ou percebido de modo distinto por quem ali está. O estrangeiro costuma tratar tudo como mito e emblema: todo olhar está hoje “condicionado pela mídia e publicidade”.

Para compreender a construção da realidade e da própria memória, é importante também incluir o uso de recursos que têm como base o senso comum. Mota (1977, p. 19) lembra que a construção da realidade torna indissolúveis os componentes relativos à cultura e política ao longo do processo. Para ele, desconsiderar essa espécie de parceria é sonegar o essencial. O entendimento sobre mito passa pela definição do conceito em si, como destaca Cassirer (1973, p.19) ao analisar a estrutura do pensamento mítico e o mito do Estado.

O mito é a construção da própria simplicidade; nada mais é que a *sanctasimplicitas* da raça humana. Não é produto da reflexão ou pensamento nem podemos considerar satisfatório descrevê-lo como produto da raça humana. A imaginação por si só não basta para produzir todas as incoerências, todos os fantásticos e bizarros elementos que o adornam. Será antes a ingenuidade primitiva (Urduhmheit) do homem a responsável por esses absurdos e contradições. Sem essa ingenuidade ou “estupidez primeva” não existiria mito. (CASSIRER, 1973, p.50-51)

Na tentativa de buscar uma explicação sobre a origem do mito, Chauí (2000, p. 08) trata do mito fundador: “É aquele que não cessa de encontrar novos meios para

exprimir-se, novas linguagens, novos valores e idéias”. Ela diz que foi criada uma imagem externa e interna do brasileiro sobre ele mesmo. Para Chauí, essa crença generalizada baseia-se em cinco princípios: de que o Brasil é um dom de Deus e da Natureza, de ter povos pacíficos, ordeiros, generosos, alegres e sensuais, mesmo quando sofrendo, de que os brasileiros desconhecem discriminação de raça e credo, de que é um país acolhedor, que repudia a vagabundagem, mãe da delinquência, e, por fim, baseia-se ainda no princípio de que esse é um país de contrastes regionais devido à pluralidade econômica e social.

Chauí (2000, p.18) diz que há uma explicação cristã, política e filosófica que leva à manutenção dessa autoimagem que se consolida sobre o Brasil, algo que se vê até mesmo externamente. Referindo-se a Merleau-Ponty, ela considera que uma nova ideia não é descoberta, mas sim inventada ou construída para que com ela sejam explicados ou interpretados acontecimentos e situações novos, feitos pelos homens.

Mas o Brasil foi instituído como colônia de Portugal e inventado como 'terra abençoada por Deus', a qual se dermos crédito a Pero Vaz de Caminha 'Nosso Senhor não nos trouxe sem causa', palavras que ecoarão nas de Afonso Celso, quando quatro séculos depois escreve: 'Se Deus escolheu o Brasil de modo especialmente magnânimo é porque lhes reserva alevantados destinos'. É essa construção que estamos designando como mitofundador. (CHAUÍ, 2000, p.45)

Chauí (2000, p.60) recorda ainda que os mapas existentes entre 1325 e 1482 incluem, a oeste da Irlanda e ao sul de Açores, a *InsullaBrazil* ou *IsolaBrazil*, descrita como terra afortunada e bem-aventurada que a carta de Pero Vaz de Caminha descreveu ao comunicar a *El-Rei* o 'achamento' do Brasil. Mencionando a Bíblia, em Gênesis, o livro sagrado que trata da criação do mundo, a autora descreve o significado de paraíso terrestre. Algo que tem antes de tudo o jardim perfeito: vegetação luxuriante e bela, com flores e frutos perenes, feras dóceis e amigas em profusão inigualável e temperatura sempre amena. Para ela, é claro que a partir desse conceito foram criadas as imagens iniciais do Brasil pelos olhares estrangeiros.

Essa 'visão do paraíso', os topos do Oriente como o jardim do Edén, essa *InsullaBrazil* ou *Isola Brazil*, são constitutivos da produção da imagem mítica fundadora do Brasil e é ela que reencontramos na obra de Rocha Pita, que afirma ser aqui o Paraíso Terrestre descoberto, no livro do Conde Afonso Celso, nas poesias nativistas românticas, na

letra do Hino Nacional, na explicação escolar da bandeira brasileira e nas poesias cívicas escolares, como as de Olavo Bilac. Compreendemos agora o sentido mítico do auriverde pendão nacional. (CHAUÍ, 2000, p.60)

Para Chauí (2000, p.85), a criação do mito sobre o Brasil, baseada nos preceitos cristãos, atinge até mesmo os chamados heróis nacionais, como Tiradentes (1746-1792), conhecido como mártir da Inconfidência na luta pela independência do Brasil, cuja imagem física foi associada à de Jesus Cristo – homem magro, de cabelos longos castanhos e barba, vestido comum traje branco. Chauí observa que apenas recentemente essa construção passou a ser questionada, assim como tantas outras. Ela se refere também ao pan-americanismo, instituído pelo Departamento de Estado norte-americano durante a Segunda Guerra Mundial (1935-1945), que promoveu a “amizade entre os povos americanos” transformando Carmem Miranda em embaixadora da boa-vontade e difundindo a imagem telúrica e alegre do Brasil, país cuja capital era Buenos Aires (capital na realidade para os Estados Unidos) e cuja música mesclava samba, ruma, tango, conga e salsa. Para acompanhá-la, os estúdios do Walt Disney criaram o papagaio malandro, Zé Carioca (2000, p. 38).

A autora apresenta, ainda, uma explicação sobre a imagem agrária que também se difundiu a respeito do Brasil. Chauí (2000,p.40) chama de “verde-amarelismo” o conceito de país essencialmente agrário e sustentado no princípio da nacionalidade definido na extensão do território e pela densidade demográfica. Segundo ela, essa imagem permaneceu por uma série de interesses, como a necessidade das autoridades de enfatizarem que o Brasil possuía recursos próprios, capacidade de trabalho e condições para o desenvolvimento.

Em relação à imagem externa do mito do brasileiro doce, meio e gostoso em substituição a uma assunção da consciência do universo global sobre o que realmente é, para DaMatta (1997, p.183),isso demonstra a busca pela fuga de conflitos e a subserviência histórica.

Sabemos que há um conflito aberto e marcado pela representatividade de opiniões é, sem dúvida alguma, um traço revelador de um igualismo [SIC]individualista que, entre nós, quase sempre se choca de modo violento com o esqueleto hierarquizante de nossa sociedade. Claro que [a expressão] ‘com quem está falando?’ denuncia em níveis

cotidianos essa ojeriza à discórdia, à crise, traço que vejo como básico em um sistema social extremamente preocupado com ‘cada qual no seu lugar’, isto é hierarquia e com autoridade. (DaMatta, 1997, p.183)

### **3.1. O olhar é diferente do ver**

Pessanha (1989, p.149) aborda a particularidade do olhar, que é informado por um campo simbólico, constituído pelo imaginário social; ele usa como exemplos as obras de Monet (1840-1926) para mostrar que um mesmo momento pode ser apresentado de distintas formas. Pessanha assinala a necessidade de tradução que uma imagem carrega em si, pois é resultado de um olhar – que é constituído de imaginação, cultura e construção. Segundo Burke (2000, p.231), para conhecer o que a massa pensa, sente e deseja, é necessário conhecer seu coração. Para Burke, é no mito que se esconde o âmago de um povo: “A produção dos mitos está mais do que nunca na ordem social”.

A construção social do Brasil, nas notícias reproduzidas pelos três veículos aqui analisados, passa pela interpretação dos jornalistas por meio de sua imaginação e cultura, como observa Pessanha. Nesta construção a presença de mitos como o do “jeitinho brasileiro” e o “país do Carnaval”, citados por Burke e DaMatta no noticiário relativo ao Brasil é constante. Na prática, seria necessário fazer a distinção entre o “olhar” e o “ver”, pois o primeiro é mais profundo do que o segundo, como analisa Cardoso (1989, p.347). Cardoso recomenda a distinção entre ambos. O ver é superficial, é o deslizar sobre as coisas, enquanto o olhar permite que seja feita uma investigação e uma indagação mais profunda. É por meio do olhar que o mundo pode ser revisto, trazendo à tona o que no passado estava obscurecido. Aquele que apenas vê, não percebe as distinções; por sua vez, o olhar “não acumula, mas abarca e indaga”.

O viajante, no caso da pesquisa aqui proposta, pode ser compreendido como o repórter correspondente, o enviado especial estrangeiro ao Brasil; e o editor deve transpor seu olhar sobre o mundo.

Cardoso (1989, p.347) faz um alerta quanto à fundamental observação do “outro como outro” como o faz a antropologia. Minois (2003, p.629) defende que o pesquisador observe também a questão do humor nas suas análises. Nesta pesquisa, essa vertente também foi analisada. Para Minois, é possível reproduzir o que se passa em uma sociedade, relatar histórias inteiras e até episódios específicos com base no humor

local. Minois (2003, p.633) é categórico: “Sem humor, como os 10 bilhões de pessoas, que nos prometem para 2050 [SIC, estudo mostram que serão 9 bilhões], desmoronando seus dejetos e sufocando em sua poluição, poderão suportar a vida? O homem não terminou sua evolução, precisa adaptar-se e rir-se.”

No *corpus* deste estudo, verificou-se uma elevada incidência de notícias sobre as mais diversas temáticas relativas ao Brasil. Para analisar o material coletado, criamos três grandes categorias: Política, Economia e Geral. Independentemente da temática, verificamos a utilização da ironia para relatar situações específicas, o uso de jargões e clichês para descrever fatos referentes ao Brasil e um modo de olhar, diferente do recomendado Cardoso (1989, p.347), pois o brasileiro é descrito, por vezes, sem o devido respeito à sua cultura e modo de viver, mas, sim, de acordo com o “olhar estrangeiro” de quem narra os fatos.

A partir do levantamento descritivo, observou-se que no *ABC Color*, predominam as matérias da categoria Política, do total de 4.122 notícias, 2.207 estão incluídas na categoria Política. No caso do *Clarín*, a predominância é de notícias da categoria Economia. Do total de 2.302 matérias localizadas, 1.147 estão em Economia. No *El País*, do total de 1.322 matérias, 527 foram incluídas na categoria Geral–*fait divers* –, acidentes naturais, casos de polícia, saúde, educação, indígenas e catástrofes naturais.

### **3.2.O papel da imprensa**

Ladevese (2006, p.60-62) ressalta o papel que têm os jornalistas e as pessoas, de modo geral, de construir a realidade a seu redor. Mas, prossegue, cabe aos jornalistas dar a forma de narração à realidade, defendendo-a como uma realidade de todos. É a partir da ação dos jornalistas que os meios de comunicação se tornam construtores da realidade social ao trabalhar um determinado tema que esteja em discussão. No caso desta pesquisa, os jornalistas são responsáveis por selecionar, produzir e publicar o noticiário sobre o Brasil para a Argentina (*Clarín*), o Paraguai (*ABC Color*) e o Uruguai (*El País*). Para Steinberger (2005, p.184), as representações midiáticas sobre os países e sociedades são constituídas por meios de uma apresentação do mundo instituídas de acordo com modos sociais, que levam à elaboração das geopolíticas simbólicas, indicando que o diálogo idealizado nem sempre ocorre.

Ao descrever, narrar, reportar, analisar, comentar, todos esses modos sociais de dizer estão sempre sujeitos à reconfirmação e à legitimação social em comunidades interpretativas, localizáveis em coordenadas específicas de tempo e espaço. Steinberger recomenda que, na busca da precisão dos dados e informações, o ideal é usar as fontes históricas, na tentativa de fugir ou, pelo menos, esforçar-se para isso dos lugares-comuns e chavões, assim como os mitos, estabelecidos, por vezes, como verdade. No entanto, ela lembra: em todas as situações há “filtragem” (STEINBERGER, 2005, p.221).

A História é uma das fontes de informação para o jornalista, e a informação jornalística é uma fonte para o historiador. Nos dois casos, há a percepção de uma filtragem, através [SIC] de métodos e técnicas diferentes e com justificação teórica também diferente. Essas chaves cognitivas ou arquivos de informação, convencionalmente associados a determinados usos e práticas de ordens sociais/institucionais, constituem uma espécie de museus discursivos, repositórios de trocas passadas das quais se preservou a forma desvestida do movimento dinâmico da enunciação. (STEINBERGER, 2005, p.221)

*Ocorpus* por nós reunido para esta pesquisa indica que a construção social sobre o Brasil, noticiada nos veículos analisados, por vezes está repleta de equívocos, como o uso de clichês que, em alguns casos, tornam-se uma espécie de verdade estabelecida. A recomendação de Steinberger sobre a filtragem em algumas situações foi identificada principalmente na utilização de fontes institucionais. Neste trabalho verificou-se uma baixa presença de repórteres correspondentes e jornalistas enviados para a cobertura de assuntos no Brasil, excesso na utilização de material produzido pelas agências noticiosas internacionais e compilação de informações por jornalistas de redação.

Biroli (2008, p.23-24) afirma que há um compartilhamento massivo de referências que os meios de comunicação possibilitam para a reprodução dos estereótipos ou para sua reorganização ou superação – em direção a novos arranjos estereotípicos e novas expectativas-padrão. Ela lembra que os estereótipos colaboram na apresentação do novo por meio de atalhos cognitivos, que os coloca como peça de sustentação dos enquadramentos, e a identificação dos grupos sociais a partir de valores e expectativas-padrão supostamente compartilhadas e que não aparecem no objeto de discussão.

Os meios de comunicação consistem em uma arena na qual estão em disputa representações diversas da realidade social. Estão em disputa, mais precisamente, a validação de valores e julgamentos que estão na base dessas representações. E essa disputa se coloca em vários níveis e graus, daí o fato de que os discursos colocados em circulação pela mídia recorram a tipificações, tenham como efeito potencial a naturalização de determinados estereótipos, mas não se restrinjam a uma versão coerente e linear dos grupos sociais e das relações de poder em que se inserem. (BIROLI, 2008, p.25)

Na busca da reprodução ideal dos fatos, a equipe de McBride (1983, p.6) diz que a imprensa tem um papel fundamental na difusão de informações corretas e, portanto, mais próximas da realidade e distantes das ideias preconcebidas e mitigadas.

[SIC] A função primordial dos meios de comunicação social sempre consiste em informar ao público sobre os fatos significativos, por mais desagradáveis e desconcertantes que sejam. Tais observações podem parecer evidentes, mas se fossem lembradas mais sistematicamente pelos órgãos de informação, a paz estaria garantida. (VÁRIOS, 1983, p.06)

A equipe McBride (1983,p.204) destaca a existência de diferença entre os meios de comunicação de cada país, e mostra que a semelhança reside no fato de que nas nações em desenvolvimento, os veículos mais onerosos, como as emissoras de televisão, atingem apenas as grandes cidades e os arredores imediatos. O estudo (1983; p.207), que é da década de 1980 e analisou 91 países em desenvolvimento, mostra que, naquela época, na América Latina, a distribuição de jornais atingia 5,6% da população, as emissoras de rádio 8,8% e os livros publicados 5,2%. Na ocasião, a América Latina representava 10,5% da população mundial.

Os meios de informação podem contribuir para que se respeite, em todos os lugares, a pessoa humana e suas múltiplas diferenças, e para que as aspirações comuns de todos os povos prevaleçam sobre egoísmos nacionais: podem facilitar o estabelecimento de um diálogo permanente entre as comunidades, entre culturas e indivíduos, para promover a igualdade de oportunidades e a reciprocidades de intercâmbios. Isso pressupõe, em primeiro lugar, que a informação seja livre em todas as esferas. Mas essa liberdade, e nunca deixaremos de insistir nisso, só pode ser efetiva na medida em que se transforme numa realidade para todos. (VÁRIOS, 1983, p.207)

Reconhecemos a potencialidade do jornalismo e seu papel como mediador social e profissional, mas nesta pesquisa advertimos também sobre eventuais equívocos ocorridos ao longo da trajetória, como publicidade em locais de notícias ou artigos, difusão de interesses específicos – sejam eles grupos ou indivíduos políticos ou econômicos. Também advertimos sobre o excesso no uso de material produzido por agências noticiosas internacionais cuja tendência é a de elaborar um noticiário comum para todos os clientes, sem observar as especificidades regionais, e baseando-se em informações oficiais.

### **3.3. O mito**

Vários pesquisadores insistem que a utilização do mito e do estereótipo na interpretação e construção de uma realidade ocorre de forma instintiva. Analisando o *corpus* desta pesquisa, observamos que de fato pode-se considerar que houve o apelo à forma mítica para relatar episódios sobre o Brasil. Os exemplos mais recorrentes estão presentes nas matérias jornalísticas relativas aos aspectos culturais do Brasil e do brasileiro, como comportamento e festas. Sousa (2003, p.39-43) diz que a evocação do mito é relativamente involuntária durante a interpretação, assim como a do estereótipo. Fiske (1993, p.124) destaca que não há mitos universais, o que existem são mitos predominantes, como o do machismo, segundo ele. Barthes (1973) acrescenta que os mitos são dinâmicos, pois devem responder às demandas da sociedade.

A elaboração da notícia como narrativa mitológica faz parte de uma prática cultural difícil de ser abandonada, e as notícias tal como 'asestórias' – com "e" para manter o direito à dúvida constante como deixam implícitos os autores que adotam a terminologia - "dotam os acontecimentos do passado de fronteiras artificiais". Uma das formas mais produtivas de ver as notícias é considerá-la como um mito, um ponto de vista que dissolve a distinção entre o entretenimento e a informação. Traquina (1993, p. 265) diz que há a ocorrência de mito quando as notícias são agrupadas buscando um ponto comum, em geral, sobre algo já construído. Como exemplo, Traquina cita os estudos feitos sobre o conteúdo mítico do noticiário televisivo, no que se refere, entre outros temas, ao modo de vida e comportamento dos indígenas. Traquina (1993,p.231) alerta, ainda, para a força da mídia como formadora de opinião, reproduzindo ideologias, principalmente as dominantes.



## CAPÍTULO 4 - Teoria do Jornalismo

Neste capítulo, trabalhamos o referencial teórico que guia esta pesquisa. Escolhemos as teorias do *newsmaking* e *gatekeeping*, além do conceito de enquadramento. Optamos por essas teorias e o enquadramento porque buscam explicar as escolhas feitas nos veículos de imprensa por determinadas notícias, a produção e veiculação, além do enfoque dado. O *newsmaking* e o *gatekeeping* permitem ainda uma análise sobre as rotinas de produção e o comportamento cultural dos jornalistas e dos veículos de imprensa. Também consideramos fundamental discutir o papel das fontes e da relação que mantêm com os jornalistas. A publicação de uma notícia é influenciada por distintos elementos implícitos e explícitos que devem ser cuidadosamente analisados. Ressaltamos que o *corpus* desta pesquisa reúne notícias que selecionamos no gênero informativo, cuja explicação consta deste capítulo, e no subgênero *fait divers*, também por nós detalhado neste capítulo.

Toda decisão de comunicar alguma coisa é, ao mesmo tempo, a decisão de não comunicar outras coisas. O conteúdo das mensagens não é a única coisa que significa (MOTTA, 2002, p. 125-148). Motta ressalta ainda que a seletividade e o controle inerentes a todas as práticas de comunicação ganham, assim, relevância especial nos processos de comunicação, feitos pela indústria cultural, e trazem consigo a questão da ideologia como ponto central dos processos de decisão editorial: “Quando dizemos algo, o que dissemos e o que poderíamos ter dito são partes inseparáveis do que dizemos”. O autor se refere às ações contidas na seleção, produção e circulação das informações na imprensa.

O gênero jornalístico é determinado pelo processo de produção e tipo de escrita (JORGE, 2013, p. 77). Vários autores trabalham nos estudos sobre os gêneros jornalísticos; no Brasil, Marques de Melo (1985, p. 31-34) é um dos mais atuantes. Para Marques de Melo, o jornalismo informativo, objeto desta pesquisa, engloba: nota, notícia, reportagem e entrevista. No jornalismo opinativo, estão o editorial, o comentário, o artigo, a resenha, a crônica, a carta e a caricatura. Jorge (2013, p. 79) ressalta que, no noticiário *on-line*, ligado aos veículos tradicionais, como ocorreu nesta pesquisa, as formas e os estilos do impresso estão presentes.

Incluimos ainda o noticiário *fait divers*, que reúne elementos que vão de catástrofes naturais a acontecimentos diários e entretenimento, assim como casos de

polícia. O *fait divers* ajuda a atrair a atenção e posterior leitura do grande público, razão do interesse de vários veículos em publicar esse tipo de noticiário. (CRATO, 1992, p. 140). Incluímos o *fait divers* porque ao fazermos o levantamento descritivo do material coletado criamos as três grandes categorias já mencionadas: Política, Economia e Geral. Na categoria Geral, incluímos o *fait divers* (acidentes naturais, casos de polícia, saúde, educação, indígenas e catástrofes naturais).

Beltrão (1980, p. 29) define o gênero informativo como o “relato puro e simples de fatos pertencentes ao presente imediato ou ao passado que sejam socialmente significativos”. Marques de Melo (2002, p.28) acrescenta que o gênero informativo é aquele que ocorre quando “a instituição jornalística assume o papel de observadora atenta da realidade, cabendo ao jornalista proceder como ‘vigia’, registrando os fatos, os acontecimentos e informando-os à sociedade”.

Marques de Melo (2003, p.29) diz ainda que o gênero opinativo é uma reação às notícias, difundindo opiniões, sejam elas próprias ou as que se lê, se ouve ou se vê. O autor lembra que os “textos opinativos, em geral, se originam em algum acontecimento noticiado pelos textos informativos” (2010, p.97).

A notícia é um gênero jornalístico básico, normalmente é curta e sua base é a informação. A reportagem também tem como base a informação, mas é mais profunda e, portanto ocupa um espaço maior na sua publicação. A entrevista é o relato obtido a partir de entrevistas feitas pelo profissional de imprensa às fontes com perguntas e respostas. Há vários tipos de entrevistas – da pergunta e resposta tradicional, conhecida no Brasil como pingue-pongue, ao texto corrido, quando as respostas estão inseridas no material jornalístico. A nota é a notícia curta e objetiva (Crato, 1992, p. 137-142).

Não propomos aqui uma discussão sobre o purismo dos relatos jornalísticos e a ausência de opiniões no jornalismo informativo. Apenas optamos pela escolha do gênero informativo na tentativa de obter um *corpus* menos associado às opiniões, editoriais e análises sobre determinados fatos relativos ao Brasil. A decisão pelo gênero informativo foi tomada no esforço de identificar notícias diretas, sem posições explícitas dos jornalistas ou veículos envolvidos, como ocorre no gênero opinativo.

#### **4.1. *Newsmaking***

A escolha por essa teoria se deve à busca por explicações sobre os diversos fatores e critérios que envolvem a transformação de um fato em notícia. Para nós, não basta a relevância de uma determinada situação, pois há uma série de circunstâncias que envolvem a decisão, como as rotinas produtivas e até mesmo as relações pessoais dos profissionais, já que a mensagem jornalística é um produto socialmente produzido. Nesse sentido, entendemos que é preciso concentrar-se no processo de produção dessas mensagens. Se a notícia é um produto gerado por um processo historicamente condicionado –o contexto social da produção e suas relações organizacionais, econômicas e culturais –, somente a análise desse processo vai permitir uma maior compreensão da realidade social do processo (Motta, 1995). Na elaboração da notícia, do produto da mídia, o *newsmaking* considera os chamados critérios de noticiabilidade, formados pelo conjunto de elementos, operações e instrumentos para a escolha da veiculação do noticiário. A noticiabilidade é resultado de uma negociação na redação feita por repórteres, chefes de reportagem, coordenadores, editores, diretores e demais atores envolvidos no processo produtivo que e que se sustenta, vale reforçar, em valores-notícia e na sistematização do trabalho jornalístico. Daí a importância dos vários elementos, considerados nesta teoria: a cultura profissional do jornalista, a organização do trabalho e os processos produtivos dentro da empresa (WOLF, 2001, p. 160-180).

Os atores envolvidos no processo produtivo da notícia fazem, de acordo com o que propõe Traquina (2002, p. 92), uma seleção para a construção do que será elencado, situando o tempo e o espaço, de modo que os eventos possam ser explorados racional e planejadamente. Dessa forma, os jornalistas justificam sua atividade, que às vezes, levam a uma cobertura que resulta não exatamente em algo de interesse público, mas da linha editorial do veículo.

Jorge (2013, p. 114-115) adverte sobre a necessidade de se ter alguns cuidados ao observar os processos de produção da notícia: o jornalismo não é o espelho do real, é construção a partir de dados da realidade. No trabalho de elaboração de enunciados os jornalistas produzem notícias, que são uma espécie de discurso que se baseia em operações e pressões sociais. Na tentativa de atender às demandas provocadas pela imprevisibilidade, a superabundância dos fatos e a avalanche de informações, as empresas jornalísticas tentam colocar “ordem no caos”, fazendo cronogramas, fixando pautas e organizando o sistema de produção de notícias.

#### 4.1.2. Valores-notícia

Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge são considerados por Traquina (2005, p. 69-70) como os primeiros a fazerem uma análise acadêmica dos valores-notícia. Nos anos de 1960, eles listaram 12 valores-notícia que até os dias de hoje estão presentes na produção do noticiário. São eles: a frequência, que é relativa à duração do acontecimento; a amplitude do evento; a clareza ou falta de ambiguidade; a significância; a consonância – inserir o “novo” em uma “velha” ideia; o inesperado; a continuidade; a composição – que envolve a necessidade de equilíbrio nas notícias; a referência a nações de elite; a referência a pessoas de elite; a personalização – enfatizando pessoas envolvidas e a negatividade.

Os valores-notícia (*new values*) estão dentro dos critérios de noticiabilidade. O conceito do valor-notícia surgiu originalmente com Johan Galtung e Mari Ruge, quando buscaram classificar a seleção dos acontecimentos internacionais. A definição do fato que deve ser transformado em publicação/veiculação na imprensa passa pelos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia que se baseiam em cinco pressupostos: característica substantiva de notícia (conteúdo, importância e interesse da notícia), características relativas ao produto (brevidade, atualidade e novidade), características ao meio de informação, ao público e à concorrência (WOLF, 2003, p.208-227).

Os critérios substantivos articulam-se essencialmente em dois fatores: a importância e o interesse da notícia. Há quatro variáveis que são consideradas nesta articulação, quais sejam: o grau e o nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, considerando a potencialidade de influenciar e incidir sobre os interesses do país; a quantidade de pessoas que o acontecimento – de fato ou potencialmente – envolve; a relevância e a significância do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação.

Os critérios de avaliação do produto determinam em que medida o evento estará acessível ao jornalista. É tratado nas formas jornalísticas habituais, se está estruturado de modo que seja facilmente coberto. Na relação dos valores-notícia utilizados estão, dentre outros, a atualidade dos fatos e a composição equilibrada do noticiário no seu conjunto.

Quanto aos critérios relativos ao meio, são consideradas as exigências particulares de transmissão da notícia dos diversos veículos de comunicação. Por exemplo, no caso da televisão, é fundamental ter imagens de cobertura para o texto; o rádio precisa de sonoras / áudios dos entrevistados, os jornais precisam ter espaço editorial disponível e assim por diante.

Já os critérios relativos ao público referem-se ao papel que reveste a imagem do público compartilhada pelos jornalistas. É um aspecto que envolve tensões constantes, pois há, ainda, o aspecto relativo a uma “proteção” de não noticiar os fatos ou detalhes de acontecimentos cuja cobertura informativa, presumivelmente, produziria traumas ou ânsias no público, ferindo sensibilidades. Mas Wolf afirma que os jornalistas conhecem pouco seu público e que têm pouca vontade de conhecê-lo.

Em relação aos critérios relativos à concorrência há algumas tendências presentes na prática que estrutura a escolha da notícia, tais como: o uso de furos entre veículos concorrentes/rivais para prejudicar o adversário; a competição por notícias exclusivas, a fim de motivar a competição para gerar reações entre os competidores (veículos concorrentes); por fim, a competição produz o resultado de contribuir para estabelecer parâmetros profissionais dos resultados de referência.

Os valores-notícia, segundo Traquina (2003, p.202), são utilizados em dois momentos da produção da notícia: da seleção e da construção. Na seleção, os valores-notícia são inerentes aos acontecimentos relatados. Na construção, refletem o modo como os acontecimentos se apresentam diante da prática jornalística. Há uma forma de compreender como cada categoria funciona, nos valores-notícia de seleção estão acontecimentos relativos à morte, à notoriedade da personagem principal (do acontecimento), à proximidade, à relevância, à notabilidade, ao inesperado, ao conflito e à infração. Na relação de critérios dos valores-notícia de construção destacam-se a simplificação do acontecimento, a amplificação e a relevância. Nesta pesquisa, adotamos os valores-notícia tanto na seleção como na construção do noticiário dos veículos analisados por nós.

Referindo-se aos critérios de noticiabilidade, Pena (2006, p.130) enfatiza que eles são tácitos e apreendidos na prática jornalística e durante a inserção dos jornalistas no meio profissional. A adoção dos critérios é intuitiva e parte de uma negociação de repórteres, editores, diretores e todo o conjunto de profissionais de uma redação, além

das relações pessoais com as fontes. Sousa (2002, p. 199) acrescenta que as notícias somente contribuem para a construção de uma realidade social.

### 4.3. *Fait Divers*

A decisão de incluímos o gênero cujo termo é de origem francesa, introduzido por Roland Barthes, no livro *Essais Critiques*, em 1964, foi provocada pelo resultado do *corpus* que apontou uma imensidão de matérias jornalísticas localizadas nos veículos então analisados e que não se enquadravam nas categorias de política nem de economia, mas que estavam presentes no cotidiano do noticiário. Que notícias são essas? Em que grupo poderiam ser classificadas? Considerando três grandes categorias aqui trabalhadas: Política, Economia e Geral, observou-se que as matérias jornalísticas presentes no último grupo estariam dentro das definições do que representa o *fait divers*.

Observando a etimologia, o *fait divers* remete ao fato do dia, que é o cotidiano, o dia a dia. O termo de origem francesa engloba as notícias variadas, das catástrofes naturais aos acontecimentos diários e ao entretenimento. O *fait divers* também diz respeito ao limite do real ou do inesperado, o bizarro, o crime, a aventura, aquele irrompe na vida cotidiana: “O universo do *fait divers* tem em comum com o imaginário (o sonho, o romance, o filme) o desejo de enfrentar a ordem das coisas, violar os tabus, lógica ao limite, à lógica das paixões” (MORIN, 1969, p. 156).

Barthes cunhou a expressão *fait divers* definindo-a como um signo que se fundamenta nele como informação autossuficiente porque não possui duração nem contexto, trazendo uma carga de interesse humano: curiosidades, fantasias, impacto, raridade, humor, espetáculo, o que provoca sensações e impressões, gerando reações e quebrando a rotina (BARTHES, 1964, p. 188-189).

*Fait divers* é o jargão inicialmente utilizado pela imprensa francesa, mas que foi absorvido pela imprensa global ocidental e passou a representar toda e qualquer notícia que implique no insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos (RABAÇA, BARBOSA, 1987, p.255). Nesta relação estão o crime passionai, a briga de rua, o atropelamento, o assalto, as catástrofes naturais, os efeitos do descaso dos governos com o social refletido, dentre outros aspectos, no caos causado pela chuva de verão no Brasil. Isso está presente, por exemplo, no noticiário *on-line* do *ABC Color* e do *El País*.

Dejavite (2001) acrescenta que o *fait divers* é uma notícia não classificada dentro de um catálogo mundialmente conhecido, tais como as políticas, a economia, as guerras, o espetáculos, as ciências. Representam então uma informação análoga a “todos os fatos excepcionais ou insignificantes, breve, aquele que normalmente é classificado abaixo da categoria de variedades”.

#### **4.4. Fontes**

A origem da palavra fonte está associada à mitologia romana – Fonte, deus das nascentes, filho de deus Jano, responsável pela porta dos céus – aquele que cuida do passado e do futuro – e Jutuna, ninfa das águas e mananciais. Do latim, significa a nascente das águas, portanto tudo aquilo que origina e produz. No caso do jornalismo, é necessário diferenciar: fonte de informação e fonte de notícia. Fonte de informação é qualquer informação que está disponível para uso comum. Já fonte de notícia é aquela que necessita de um meio de transmissão, de um mediador, que permita a circulação do poder e o conhecimento (ANDRADE, 1973, p. 196-197).

Bahia (1990, p. 155), ao analisar o jornalismo como resultado de trabalhos que se sustentam em informação e não em opinião nem publicidade, e na tentativa de buscar verdade com independência, objetividade e prestação de serviço público, menciona a importância das fontes e da relação dos jornalistas com elas. O autor destaca o fato de que a informação necessita das fontes – pessoas, grupos e instituições que dão origem às informações que poderão – ou não – ser transformadas em notícias.

Wolf (2003, p. 233-243) considera as fontes fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos meios de comunicação de massa: mas permanecem imprecisas na mitologia profissional. O autor diz ainda que na rede de fontes são válidas em menor escala as questões ideológicas prévias do que as necessidades de produção e os procedimentos operacionais. Por vezes, as fontes são referenciadas pela proximidade que têm com os jornalistas, a conveniência tanto para o profissional como para o veículo envolvido e pela facilidade de comunicação e acesso.

Para Sousa (1980, p. 04), é fundamental analisar a relação da fonte de notícias e os jornalistas, assim como se conduzem as entrevistas. As fontes, ressaltou autor, são representantes de um ou mais grupos – organizados ou não –, assim como de utilidade pública e de outros setores da sociedade. Sousa recomenda ainda que seja observada a

condução das entrevistas pela forma como ocorrem e de quem fornece informações ou sugestões, pois a partir desse conjunto de elementos é produzida a notícia.

Schmitz (2011), no seu estudo sobre fontes, utiliza classificação semelhante à aplicada pela *Folha de S. Paulo*, no manual seguido por sua equipe (VÁRIOS, 2013). No que se refere à origem da informação, ele diz que é necessário verificar o crédito – como as fontes aparecem: em *on* (quando há origem identificada) ou *off* (quando é anônima).

Bahia (1990, p.49-50), por sua vez, afirma que é fundamental também qualificar as fontes. O autor usa os seguintes critérios: diretas, para aquelas que participam do fato e informam diretamente – autores, vítimas; indiretas, as que estão circunstancialmente envolvidas, consultas, papéis e documentos; complementares, referentes às que acrescentam algo ao conteúdo da reportagem/matéria.

Wolf (2003, p. 238-239) menciona também a predominância, no jornalismo, na relação com as fontes, do que classifica como fontes oficiais, institucionais e estáveis. A procura pelas fontes oficiais, segundo ele, passa pelo conceito da representatividade. As fontes oficiais, por representarem instituições de poder e terem um eventual controle e responsabilidades, são as primeiras a serem procuradas pelos jornalistas, ficando em segundo plano os representados, os que não têm a influência de uma autoridade, os que não possuem um cargo representativo, lembra o autor. Nesta pesquisa, especialmente, na análise qualitativa das 72 matérias jornalísticas, observamos a tendência anunciada por Wolf. O uso de fontes oficiais, segundo o autor, é um recurso do jornalista para legitimar a notícia como verdade. Não entramos aqui na discussão sobre o que é verdade nem realidade, mas na construção do texto jornalístico como representação de uma determinada realidade próxima à verdade.

De acordo com o Manual da Folha de S. Paulo, a classificação de fontes é hierarquizada conforme o grau de credibilidade. As fontes, de acordo com o manual, variam de zero a três: fontes do tipo zero, cujo conteúdo é incontestável e referem-se às enciclopédias, documentos e vídeos; fontes do tipo um, que dizem respeito às que têm um histórico de confiança e conhecimento de causa; fontes do tipo dois, que se referem às que têm alguns atributos, mas um histórico que gera alguma desconfiança; fontes do tipo três, avaliadas como as de menor credibilidade; essas, embora menos informadas, contêm interesses políticos ou econômicos.

#### **4.4.1. As relações entre jornalistas e fontes**

A relação entre jornalistas e fontes passa por um acordo tácito de interesses mútuos, segundo vários estudos. Sousa (1998, p.02-04) analisa as fontes jornalísticas como se fossem parte do grupo dos “promotores de notícias” que buscam dar divulgação a determinadas ocorrências à categoria de notícias ou que tentam impedir que outras se transformem em notícias. Para Molotch e Lester (1974), as fontes se aproveitam das rotinas jornalísticas para promover (dar divulgação) às informações que lhe interessam.

Sousa (1998, p.04) cita Gans (1980) ao apontar o fato de que os jornalistas especializados podem cultivar laços mais profundos com as fontes, baseando-se em uma relação negocial em que são estabelecidos os direitos e deveres recíprocos. Uma das vantagens para a fonte nessa troca é garantir o poder, a credibilidade e a relação de confiança com os jornalistas. Blumler e Guretech (1995) afirmam que a relação entre jornalistas e fontes é de interesse mútuo: os jornalistas estão interessados em obter informação enquanto as fontes têm interesse em divulgar determinadas informações com um enquadramento específico – podendo, inclusive, esconder informações que não desejem que venha a público.

Noblat (2002, p. 174) diz que não basta ter um grande número de fontes, é preciso que elas “tenham qualidade e que contem tudo o que sabem, com riqueza de detalhes”. O autor afirma que é fundamental manter uma relação permanente com as fontes, mesmo que seja para “jogar conversa fora” – é a manutenção do trato.

Para Lage (1998, p. 31), é fundamental ter cuidado com as fontes que se classificam como independentes. No Brasil, é comum chamar de fontes independentes as organizações não governamentais (ONGs). Todavia, elas têm seus interesses, pois defendem temas específicos e querem também dar seu próprio enquadramento à notícia.

#### **4.5. Gatekeeper - Estórias e seus Gates**

Optamos por essa teoria porque, para nós, ela complementa a interpretação do *newsmaking* na seleção e na produção do noticiário na imprensa. No ato de contar “estórias”, o jornalismo utiliza mecanismos nem sempre explícitos. São recursos que

influenciam implicitamente na escolha, na forma e na veiculação das matérias jornalísticas. Por essa razão há quem entenda que a imprensa está entre os Poderes, ao lado do Legislativo, Executivo, Judiciário e Ministério Público, em decorrência da força exercida por esse papel de *gate*. Para Traquina (2002, p. 92-95), a produção e veiculação da notícia passam por esses canais para chegar ao público.

O termo *gatekeeper* – que se refere à pessoa que toma a decisão – foi utilizado, inicialmente, pelo psicólogo social Kurt Lewin, em um artigo publicado em 1947, ao tratar das decisões domésticas relativas à compra de alimentos para casa. David Manning White (1993) foi o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo. White utilizou o conceito para descrever o sistema de seleção de notícias em uma redação de jornal típica. É uma discussão sobre os efeitos provocados pela subjetividade no “fazer jornalístico” (WOLF, 2003, p. 202-228).

White (1993, p. 143) afirma que há *Gates* ou “portões”, cujas funções são desempenhadas por setores ou pessoas, que se destinam a selecionar e a produzir as notícias. As ações dos portões são regidas por regras imparciais ou por um grupo no poder, que toma a decisão de “deixar entrar” ou rejeitar as notícias. O autor afirma ainda que as notícias são transmitidas “de um *gatekeeper* para outro na cadeia de comunicações”. “O processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (White, 1993, p. 149).

White cita como exemplo, para sustentar suas afirmações, as rotinas produtivas dos repórteres das agências de notícias que enviam suas matérias a seus editores, estes selecionam aquelas que serão enviadas aos veículos assinantes, onde as notícias serão submetidas a mais uma rodada de escolha dentro da redação. Como resultado desse processo, prossegue White, o editor do jornal providencia, ainda que talvez não o faça de modo consciente, para que a comunidade ouça como fato somente aqueles acontecimentos que o jornalista, como o representante da sua cultura, acredita ser verdade. Para White, a comunicação das notícias é subjetiva, pois o conjunto de experiências, atitudes e expectativas do “porteiro” interfere em suas decisões. A subjetividade, segundo o autor, influi mais na explicação a respeito da decisão do que no processo em si (WHITE, 1993, p. 151).

Após os estudos de White, constam as pesquisas que analisam os aspectos relativos às normas ocupacionais, que, por vezes, se sobreponham às preferências pessoais na seleção e na filtragem das notícias. Warren Breed (1993, p. 157-161) estudou o controle social nas redações, analisando os mecanismos de manutenção da

linha editorial e política dos jornais. Ele observa que “o jornalista conforma-se com as normas da política editorial da organização independente de qualquer ideia que ele tenha trazido consigo”. Na sua atividade diária, explica o autor, “o jornalista redefine seus valores ao nível mais pragmático da redação”.

White (1993/ s/n) apresenta seis motivos que levam o jornalista a se conformar com a política editorial da organização. São eles: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de dever e estima para com os superiores; as aspirações à mobilidade profissional; a ausência de fidelidade de grupo contrapropostas; o caráter agradável do trabalho; o fato de a notícia ser transformada em valor.

Wolf (1994, p. 166) diz que há uma necessidade de integrar o papel de *gatekeeper* na análise dos papéis produtivos e da organização burocrática da qual faz parte. Os estudos mais recentes sobre a produção de notícias relacionam a imagem da realidade social, dada pelos *media*, com a organização diária das empresas jornalísticas. Essa perspectiva é diferente daquela que remete toda a deficiência da cobertura informativa exclusivamente para pressões externas, pois abre a possibilidade de captar o funcionamento da “distorção inconsciente, vinculada ao exercício profissional, às rotinas de produção, bem como aos valores partilhados e interiorizados sobre o modo de desempenhar a função de informar”.

Wolf acrescenta ainda que as exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos *mass media*. As notícias e a forma como são ou deixam de ser veiculadas, em cada meio, resultam (e produzem) determinadas conjunturas pessoais, sociais, ideológicas, culturais e tecnológicas, que acabam reincidindo sobre o próprio sistema dos meios, tornando-se parte de um complexo processo. Não se trata, simplesmente, de uma escolha entre o que é ou não é notícia, entre o que vai ser destacado pelo jornalismo e, portanto, discutido, comentado, debatido, ou não.

DeGeorge (1981, pp. 219-220) afirma ainda que os meios de comunicação têm habilidades para produzir alterações que, graças aos efeitos cognitivos, podem ser atribuídas ao constante processo de seleção realizado pelos *gatekeepers* nos meios de comunicação. O autor diz que os *gatekeepers* determinam que acontecimentos são jornalisticamente interessantes e quais não, atribuindo distintas relevâncias em variáveis como a extensão (de tempo e espaço), a importância (tamanho da manchete, localização

no jornal, frequência de aparição, posição no conjunto das notícias) e o grau de conflito (a maneira como se apresenta o material jornalístico): “... algumas notícias são tratadas detalhadamente, outras merecem uma supérflua atenção e outras são ignoradas”.

De forma prática, os autores que desenvolveram estudos sobre os *Gates* observaram que a veiculação de uma notícia obedece a uma série de fatores e elementos que influenciam na transformação de um fato em notícia. Os elementos citados por eles com frequência são: a falta de espaço para a publicação da matéria jornalística; a pouca ou nenhuma importância que tem a notícia para o veículo; a duplicação dos relatos sobre o fato; os acontecimentos distantes da realidade do país em que o veículo atua; as orientações de superiores hierárquicos para a publicação de uma determinada notícia;

Ao analisar o *corpus* para esta pesquisa, observamos que a publicação de algumas matérias não passa apenas por um, mas por vários filtros/*Gates*. Há situações – que podem ser vistas mais adiante, na análise qualitativa, – em que as notícias têm como origem um jornal brasileiro, cuja fonte aparece em *off*, e que são republicadas por uma agência noticiosa internacional e, por sua vez, esse material jornalístico é reproduzido pelo veículo local. As hipóteses para explicar tal opção podem vir tanto da rotina maçante do jornalismo diário, que obriga cada vez mais a publicação de um número maior de matérias, como da ausência de investimentos por parte dos veículos de imprensa em repórteres correspondentes ou enviados especiais para os locais onde ocorrem os fatos. Mas também a explicação pode ser simplesmente um descaso em buscar a publicação com um menor número possível de *Gates*/filtros.

#### **4.6. Enquadramento**

É um conceito, surgido nos anos de 1970, que estabelece que os meios de comunicação utilizem palavras, ideias, expressões e adjetivos na tentativa de promover o enquadramento – o enfoque – que acaba por modelar o acontecimento, destacando determinados aspectos e ocultando outros. Na prática, são princípios de construção da realidade da forma apreendidos pelos jornalistas e públicos. É o enquadramento que nos permite, por exemplo, distinguir a simulação de realidade e distinguir o jogo do seu referente real.

Plínio Leal (2011) lembra que a análise de enquadramento noticioso, *newsframe*, é muito utilizada por pesquisadores norte-americanos e vem ganhando força no Brasil.

O conceito surgiu com o sociólogo Erving Goffman, recebeu contribuições de Todd Gitlin e Robert Entman. O conceito de enquadramento, *framing*, origina-se da obra *Frame Analysis: Na Essay on the Organization of Experience*, do sociólogo norte-americano Erving Goffman. Foi ele quem desenvolveu a primeira articulação teórica mais sistemática, aplicando o conceito à análise das interações sociais (PORTO, 2002). Goffman (1974, p.10) ressalta que: “... definições de uma situação são construídas de acordo com os princípios de organização que governam os eventos [...] e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadrar é a palavra que eu uso para referir a esses elementos básicos”.

Os enquadramentos, de acordo com Todd Gitlin (1980, p. 6-7), são “princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante”. Segundo ele, enquadramentos midiáticos são “padrões de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, por meio dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja verbal ou visual”.

Para Reese (2001, p.7), o enquadramento se refere ao modo como os eventos são organizados e fazem sentido. A organização, diz o autor, é que responde, de forma precisa, como os temas são construídos, os discursos estruturados e os significados desenvolvidos. Para ele, essa organização é que estrutura o mundo social, e o conceito do enquadramento é que permite mais alternativas ao paradigma objetividade/subjetividade.

Lage (1998, p.378) afirma que o conceito do enquadramento está muito presente no cotidiano das pessoas, mas também afirma que mesmo o público mais instruído é incapaz de perceber o que chama de “jogo de interesses por detrás das notícias”. A análise do enquadramento noticioso é muito utilizada por pesquisadores norte-americanos e ganha força no Brasil. Nos seus estudos, Park (2003) relaciona a conclusão sobre o uso do enquadramento – proposto por Leal (2011, p.01) –, no cotidiano das mídias e constata que as pessoas passam a ver apenas parte do que ocorre no mundo real e não sua totalidade.

As pessoas apenas enxergam o mundo através [SIC] de uma janela. Se a moldura da janela é muito pequena, as pessoas já enxergarão uma pequena parte do mundo. Se a janela na parede é voltada para o oeste, as pessoas apenas enxergarão o oeste. Em outras palavras, a mídia

pode mostrar apenas uma pequena parte do mundo a partir de um particular ponto de vista (PARK, 2003, p. 145, tradução nossa)

O enquadramento tem se tornado um instrumento analítico importante na pesquisa sobre o papel político dos meios de comunicação, enfatiza Leal (1998, p.02). O enquadramento sugere a seleção de certos aspectos da realidade para destacá-los no conteúdo da comunicação e promover uma interpretação de causa singular. Uma das propostas para democratizar essa seleção seria “abrir” a possibilidade para a sociedade civil, grupos subalternos e minorias para que apresentassem seus pontos de vista, salienta Porto (1998, p.24-25).

O novo modelo de cidadão construtor de significados possibilita avançar na solução do dilema democrático. Cidadãos comuns são capazes de cumprir as expectativas da teoria democrática, desde que sejam observados dois pressupostos: que tais expectativas sejam entendidas em termos de capacidade de indivíduos de interpretar a realidade política, em lugar da exigência de serem bem informados; e que exista uma pluralidade de pontos de vista ou enquadramentos da realidade disponíveis na esfera pública, particularmente nos meios de comunicação (PORTO, 1998, p.25).

## CAPÍTULO 5– Metodologia

Neste capítulo explicamos a escolha pela análise de conteúdo para trabalhar o corpus desta pesquisa. Empregamos a análise de conteúdo com base em Bardin (2011). O estudo aqui proposto organizou o trabalho na definição de objetivos, na análise da origem dos conceitos construídos sobre o Brasil e nas avaliações específicas a respeito do país publicadas em veículos on-line por nós escolhidos da Argentina, do Uruguai e do Paraguai. Coletamos os dados, realizamos o levantamento descritivo do material, fizemos a interpretação e análise. Dividimos este capítulo da seguinte forma:

5.1 Análise de Conteúdo;

5.1.1 Interpretação;

5.1.2 Escolhas;

5.2 Cenário de Pesquisa;

5.2.1 *Clarín*;

5.2.2. *El País*;

5.2.3. *ABC Color*;

5.3. Categorias de análise;

5.3.5. Procedimentos de Codificação;

5.4. Sem comparações.

No levantamento descritivo de cada veículo, organizamos três grandes categorias: Política; Economia e Geral. Na análise qualitativa, observamos que houve meses com uma elevada quantidade de notícias e também outros com uma baixa incidência na publicação de matérias jornalísticas, apresentando discrepância entre os dados. Comportamento observado nos três veículos *on-line*, considerando os números identificados em cada mês. Por essa razão, vale reforçar, decidimos organizar subcategorias para analisar especificamente os meses, nos quais as notícias aparecem em maior quantidade e também em menor número.

Montamos subcategorias incluídas nas três grandes categorias, na seguinte ordem: em Política: política interna e política externa; em Economia: economia interna e economia externa; em Geral: segurança e polícia, questões indígenas, religião, catástrofes naturais, comportamento.

No caso do *Clarín*, o noticiário é, sobretudo, econômico, prevalecendo o noticiário relativo às barreiras alfandegárias e às disputas comerciais entre Brasil e Argentina. A rede de intrigas que há no jogo político e econômico também é amplamente noticiada. No *El País*, as fragilidades sociais do Brasil e a inoperância do governo estão no foco da atenção do noticiário *on-line*, assim como as questões econômicas relativas à produção de carne e leite – base da economia uruguaia. No *ABC Color*, predominam as matérias jornalísticas relativas às questões de política – tanto de política interna, por exemplo, as demissões de ministros por denúncias de irregularidades, como os de política externa, exemplificadas nas publicações de matérias jornalísticas sobre os conflitos que cercam o MERCOSUL.

## 5.1. Análise de Conteúdo

A abordagem do objeto pesquisado envolveu a análise de conteúdo das publicações de notícias sobre o Brasil nos jornais *on-line*: da Argentina – *Clarín* –, do Paraguai – *ABC Color* –, do Uruguai – *El País* –, no período de 2009 a 2012. Os três veículos são publicados em espanhol. Optamos pela escolha do noticiário *on-line* para a busca de dados desta pesquisa em razão da singular possibilidade proporcionada pela internet, de reunir informações, memória e arquivo. É impossível pensar no século XXI desconsiderando as novas tecnologias e a internet, em particular. Também levamos em consideração a facilidade, possibilitada por esses veículos, da disponibilização dos dados e informações de forma regular para pesquisas. Canavilhas (2012, p.08) lembra da imensa capacidade que há na internet de “comunicar em larga escala com mais rapidez, eficiência e flexibilidade”. Segundo ele, o desafio do futuro é compreender a internet, e dela tirar partido. Neste trabalho tentamos aproveitar alguns desses aspectos em favor da pesquisa.

Sousa (2003, p. 229) ressalta que a análise de conteúdo é um dos “métodos científicos mais utilizados em ciências da comunicação”: “É muito empregada, por exemplo, para analisar o conteúdo de jornais e revistas, inclusive porque permite a obtenção de dados quantitativos que emprestam rigor à pesquisa”. No caso deste trabalho, o *corpus* foi obtido a partir da pesquisa em arquivos de edições anteriores, dispostas nos sites dos próprios veículos. O material jornalístico foi publicado nas edições *on-line* dos três veículos analisados.

Empregamos neste estudo a análise de conteúdo com base em Bardin (2011). Organizamos o trabalho na definição de objetivos, na análise da origem dos conceitos construídos sobre o Brasil e nas avaliações específicas a respeito do país usando como recurso os principais veículos na Argentina, no Uruguai e no Paraguai, observando também as relações multilaterais, bilaterais e inter-regionais existentes. Em uma segunda etapa do trabalho, foram coletados os dados, realizado o levantamento descritivo do material e, em seguida, feitas a interpretação e análise.

Nossa proposta de estudo envolve a história mais recente da democracia brasileira, de 2009 a 2012, período em que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva obtém sua reeleição e, a exemplo de seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso, permanece dois mandatos no governo. A última etapa analisada aborda o governo da presidente Dilma Rousseff. Na sua gestão, houve manifestações populares em todo país e eventos internacionais realizados no Brasil, um deles a Conferência das Nações Unidas, a Rio+20, em julho de 2012, que ocorreu no Rio de Janeiro.

A opção de analisar os periódicos dos países do Cone Sul – Argentina, Paraguai e Uruguai – deve-se às semelhanças regionais, fortalecidas pelas fronteiras terrestres, à política e à história comuns, pois todos passaram por longos períodos de colonização, de ditadura até a abertura democrática e, embora em anos distintos, os momentos guardam aspectos próximos. Escolheu-se o noticiário *on-line* dos jornais, com maior veiculação nos três países vizinhos ao Brasil, para verificar como cada um deles observa o Brasil, o que interessa em relação às notícias vindas do Brasil e sobre o Brasil e de que maneira relatam o que consideram como notícia. Também observamos a frequência e a quantidade de notícias veiculadas relativas ao Brasil.

### **5.1.1. Interpretação**

O trabalho de interpretação do *corpus* sustentou-se em três etapas distintas. A primeira fase da pesquisa envolveu o levantamento descritivo do material publicado sobre o Brasil. Foram consideradas as notícias, veiculadas nos três veículos *on-line* analisados, identificadas com auxílio da ferramenta, que consta do sistema, de busca por palavras-chave. Foi também nessa etapa que observamos meses com maior número de notícias publicadas e também com menor quantidade de matérias veiculadas. Foi então

que, para buscar compreender o que houve nesses meses, criamos as subcategorias a que nos referimos anteriormente. A palavra-chave principal foi **Brasil**.

A segunda etapa se sustentou na seleção e na descrição das notícias escolhidas para a análise qualitativa. Optamos por selecionar 72 notícias a partir das temáticas que prevaleceram em cada ano, por exemplo, a crise econômica e os efeitos no Brasil. O tema esteve presente nos três veículos analisados, mas com alterações de conteúdo e frequência, no entanto, demonstrou ser assunto de relevância. No total, foram escolhidas 24 matérias jornalísticas por veículo, considerando os quatro anos analisados. Escolheu-se essa quantidade de notícias para a análise qualitativa, considerando o “núcleo de sentido” existente no conjunto de matérias obtidas no levantamento descritivo. Para Bardin (1995, p. 105), núcleo de sentido é a frase ou trecho do discurso que corresponde objetivamente à pergunta feita.

Complementamos essa etapa da pesquisa com a aplicação de entrevistas semiestruturadas, cujo recurso metodológico busca recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, escolhida por deter informações que se deseja conhecer (DUARTE; BARROS, 2012, p.62). Foram ainda realizadas três entrevistas com correspondentes internacionais, com experiência na cobertura de América Latina, na busca por respostas.

Sousa (2003, p. 236-237) lembra que a entrevista semiestruturada tem por finalidade a obtenção de dados relevantes para a pesquisa com a intermediação de uma pessoa com conhecimento. A vantagem é que há a “possibilidade de se obterem informações pormenorizadas e aprofundadas sobre valores, experiências, sentimentos, motivações, ideias, posições e comportamentos”. Nesta pesquisa, fizemos entrevistas com três sujeitos, que pela classificação de Duarte e Barros (2012, p.70), são classificados como pessoas profunda e diretamente envolvidas com os temas em discussão:

1. **Manuel Martínez**, correspondente da Rádio Espectador do Uruguay no Brasil desde 2009. Tem experiência na cobertura internacional. Trabalhou para vários veículos estrangeiros no Brasil e no exterior. Mora em Brasília e viaja pelo Brasil para coberturas destinadas às reportagens especiais. É presidente da Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília.
2. **Marcia Carmo**, editora do *Clarín* em português e correspondente da *BBC Brasil* em Buenos Aires, na Argentina. É enviada com frequência para missões em países

sul-americanos pelos dois órgãos em ocasiões específicas. É correspondente na Argentina há 19 anos.

3. **Marina Guimarães**, correspondente da Agência Estado em Buenos Aires, na Argentina. É enviada para coberturas em países sul-americanos em situações específicas. É correspondente na Argentina há 18 anos.

As entrevistas foram feitas no período de 27 de fevereiro a 17 de março de 2014, por e-mail. Reconhecemos, porém, que a entrevista feita por meio da internet prejudica no estabelecimento da proximidade e empatia entre o entrevistado e o entrevistador. A única exceção foi no caso de Martínez, que optou por uma entrevista presencial, com duração de 40 minutos. Houve perguntas-padrão formuladas aos entrevistados. Mas houve alterações no caso de Martínez.

As perguntas-padrão se sustentaram nas seguintes temáticas:

- (1) trajetória profissional;
- (2) assuntos sobre o Brasil que interessam ao veículo;
- (3) análise sobre o papel das grandes agências de notícias na produção jornalística internacional;
- (4) análise sobre a atuação dos correspondentes e enviados especiais;
- (5) perspectivas sobre o futuro na cobertura internacional.

Na busca de obter o máximo de informações, consideramos que houve certo tempo perdido em razão de nossas tentativas e das promessas de entrevistas que não se concretizaram, atrasando o cronograma de análise e de redação dos resultados. Tentamos entrevistar jornalistas do *Clarín*, no caso a correspondente da Argentina no Brasil, Eleonora Gósmán. Também fizemos contato, no *ABC Color*, com o repórter Candido Figueiredo, que é enviado ao Brasil com relativa frequência, e com o editor de Internacional do *El País*, Carlos Tapia. Inicialmente, em várias trocas de e-mail, todos se comprometeram a responder às perguntas, mas, procurados por nós, não atenderam às chamadas telefônicas nem aos contatos via e-mail. Os três eram considerados as pessoas adequadas para as entrevistas por lidarem diretamente com os temas de Brasil.

A terceira e última etapa da pesquisa foi dedicada às discussões e considerações construídas com base nos estudos teóricos, no levantamento, na categorização das notícias e nas entrevistas feitas por nós ao longo de todo o estudo.

### **5.1.2 Escolhas**

Nossa escolha pela análise de conteúdo foi feita porque possibilita descrever e interpretar o conteúdo não só de documentos, no caso as matérias jornalísticas, como também fazer e analisar o cruzamento dos resultados com as entrevistas com os jornalistas envolvidos na produção das notícias nos três veículos estudados. Essa análise, conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum (MORAES, 1999, p.2-32).

O trabalho consiste nas seguintes fases: preparação das informações; transformação do conteúdo em unidades; categorização ou classificação das unidades em categorias; descrição e a interpretação.

A categorização se baseia em agrupar os dados considerando a parte comum existente entre eles. Depois, classifica-se por semelhança ou analogia, segundo critérios previamente estabelecidos ou definidos no processo. No caso, fizemos a opção pelo critério temático. O processo de descrição é o primeiro momento dessa comunicação. Na pesquisa com uma abordagem quantitativa, a descrição envolve a organização de tabelas, apresentando não só as categorias construídas no trabalho, como também há computação de frequências e percentuais que a elas referem. No caso desta pesquisa, optamos pela análise descritiva do *corpus*. Porém, para cada uma das categorias, foi produzido um texto síntese em que se expressa o conjunto de significados presentes nas diversas unidades de análise incluídas em cada uma delas. É na descrição que estão os significados captados e intuídos nas mensagens analisadas (MORAES, 1999, p.7-32).

A interpretação é o que fundamenta a compreensão mais aprofundada do conteúdo das mensagens por meio da inferência e da compreensão. Teorização, interpretação e compreensão constituem um movimento circular em que a cada retomada do ciclo se procura atingir maior profundidade na análise. A teoria emerge das informações e das categorias. A interpretação constitui um passo imprescindível em toda a análise de conteúdo (MORAES, 1999, p.7-9).

### **5.2. Cenário de pesquisa**

Pesquisamos o já referido material jornalístico, inserido no gênero informativo, publicado no período de 2009 a 2012. No caso do *ABC Color*, a pesquisa foi iniciada em julho de 2009, quando o veículo passou a ter um sistema *on-line* de notícias

atualizado, pois antes não havia regularidade na publicação do noticiário na internet. A proposta aqui não é a de comparar o noticiário dos três veículos, e sim analisar o *corpus* coletado em busca de respostas às hipóteses abordadas.

Na análise do *corpus*, percebemos que os três veículos têm alguns aspectos em comum, a começar pela origem: os três “nasceram” dos três principais jornais impressos em seus países, instaurando um sistema que mantém vínculos diretos e permanentes – entre os *on-line* e os impressos. Também pudemos observar que a linha editorial dos três veículos impressos – mantida no *on-line* – é conservadora e crítica em relação ao Brasil.

### 5.2.1 *Clarín* (Argentina)



O jornal passou a ser digitalizado a partir de agosto de 1997. Fundado em 1945 por Roberto Noble, o *Clarín* é um periódico diário de circulação nacional cuja sede é em Buenos Aires, a capital da Argentina. É o jornal com maior tiragem na Argentina. O exemplar custa quatro pesos argentinos (o equivalente a US\$ 0,95, valores de janeiro de 2014). Os donos são responsáveis pelo Grupo *Clarín*, o maior conglomerado de comunicação do país. No governo de Néstor Kirchner (2003-2007) bem como durante a gestão da sua sucessora, e esposa, Cristina Kirchner (2007-2015), o grupo passou para a oposição e o enfrentamento. Na forma impressa, o jornal se caracteriza por manter um conteúdo mais econômico cuja linha editorial é classificada por nós como conservadora e à direita (VÁRIOS, 2012).

Desde o início desta pesquisa, acompanhamos o impasse judicial envolvendo o grupo *Clarín* e o governo da presidente argentina, Cristina Kirchner. Em 30/09/2013, a Corte Suprema de Justiça da Argentina determinou o começo da divisão do grupo com base na Lei de Mídia – bandeira do governo Kirchner aprovada em 2009 no Parlamento. Foi questionada pelo Grupo *Clarín* nos tribunais durante quatro anos (Agência Estado, 2013). A empresa alegou que a legislação viola direitos adquiridos e liberdade de expressão. O responsável pelo organismo argentino que regula os meios de comunicação no país, a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação

Audiovisual (AFSCA), Martín Sabbatella, entregou a notificação na sede do *Clarín* e disse que brevemente começaria a "adequação compulsória".

Pela Lei de Mídia da Argentina, o Tribunal de Contas da União imporá os valores pelos quais o Clarín terá de vender licenças e bens das empresas de TV e rádio consideradas "excedentes". Na sequência, ocorrerá a etapa de leilão entre os empresários interessados em adquirir as várias partes nas quais o *Clarín* será desmembrado. O processo será encerrado com a transferência das partes da empresa aos novos donos. Vale destacar que até a finalização desta pesquisa, o processo ainda estava em curso.

A presidente Cristina Kirchner iniciou uma guerra com a *holding* multimídia *Clarín* em 2008. O ex-presidente Néstor Kirchner, marido de Cristina Kirchner, pouco antes de morrer, em 2010, ordenou aos ministros que "colocassem o *Clarín* de joelhos". Após a decisão da Suprema Corte, o grupo criticou o governo por sua "urgência em avançar contra as escassas vozes independentes que restam na Argentina" (Agência Estado, 2013).

Em 17 de fevereiro de 2014, a Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA) da Argentina, agência que regula os meios de comunicação no país, aprovou a divisão do Grupo Clarín em seis empresas diferentes para adaptar-se à Lei de Mídia. Para o Grupo Clarín, em nota, o objetivo da decisão é "desarticular as escassas vozes independentes que subsistem no mundo audiovisual" (GUIMARÃES, Estado de S. Paulo, 2014).

É o único dos três veículos analisados que mantém uma correspondente permanente no Brasil: Eleonora Gózman. A jornalista está no Brasil há duas décadas, já morou em Brasília e agora vive em São Paulo. Foi contactada por nós, comprometeu-se a conceder uma entrevista semiestruturada em profundidade, mas deixou de responder às chamadas telefônicas e aos correios eletrônicos.

### 5.2.2. *El País*(Uruguai)

## EL PAIS

Na internet, o jornal passou a ser digitalizado a partir de setembro de 2002. Criado em 1918 por Leonel Aguirre, Eduardo Rodríguez Larreta e Washington Beltrán, O *El País* é um jornal de circulação nacional e o de maior tiragem no Uruguai cuja sede é em Montevideú, a capital do país. O exemplar custa 30 pesos uruguaios (o equivalente a US\$ 1,41, dados de janeiro de 2014). A exemplo do *Clarín*, na Argentina, os donos do *El País* também são proprietários de uma emissora de televisão, o Canal 12 (VÁRIOS, 2013).

Os fundadores do jornal eram ligados ao Partido Nacional Independente, da corrente dos blancos. É um grupo familiar cujo principal administrador é Guillermo Sheck. No discurso de 31/03/2013 sobre a atuação do *El País*, Sheck destacou a importância da internet como mediadora de informações e no intercâmbio com a sociedade. Demonstrando respeito e admiração pelos novos tempos da comunicação, o empresário afirmou que é “preciso mudar constantemente para se ajustar às transformações” (VÁRIOS, 2013).

Ao longo desta pesquisa buscou-se fazer uma entrevista com o jornalista Carlos Tapia, editor de Internacional do veículo impresso com influência no *on-line*. Foram feitos vários contatos com ele; por e-mail, o profissional comprometeu-se a responder as perguntas previamente enviadas para ele. Porém, após várias abordagens de nossa parte, passou a não responder mais aos correios eletrônicos.

### 5.2.3. *ABC Color* (Paraguai)



O jornal passou a ser digitalizado em julho de 2009 – data do início desta pesquisa, conforme informações do próprio veículo, disponíveis no site na internet. Dos três jornais analisados, é o mais recente na edição *on-line*. Fundado em 1967 por Aldo Zuccolillo, o *ABC Color* publica notícias em espanhol, mas os principais artigos e notícias são também traduzidos para o guarani, o segundo idioma do Paraguai.

O exemplar custa cinco mil guaranis (o equivalente a US\$1,00, dados de fevereiro de 2014). Assim como o *El País* e o *Clarín*, o grupo também mantém um canal de televisão – o ABC TV. No site do próprio veículo, ao relatar sua história, define-se como um jornal nacionalista e o que possui maior tiragem do país (venda de jornais), embora esse dado não seja público nem divulgado. A sede do periódico fica em Assunção, capital paraguaia.

Na página em que relata a história da fundação do veículo, há a trajetória da família do fundador do *ABC Color*, Zuccolillo que mantém historicamente vínculos com políticos e o governo do Paraguai. A *Rede ABC Color* é proprietária de hotéis, shoppings, metalúrgica e indústria de mercúrio. O comando do jornal ainda está nas mãos de Zuccolillo, cujo principal assessor é o uruguaio Eduardo Navia.

Tentamos fazer uma entrevista com o jornalista Candido Figueiredo Ruiz, do *ABC Color*, sediado em Pedro Juan Cabalero, cidade na fronteira com o Mato Grosso do Sul (MS), que por e-mail informou “falar português bem” e que vem “com frequência” ao Brasil como enviado especial. Por e-mail, ele comprometeu-se a responder à pesquisa e a colaborar. No entanto, a promessa não foi cumprida.

#### **5.2.4. Procedimentos de construção do *corpus***

A categorização, neste estudo, segue três etapas. A primeira delas é a do levantamento descritivo do material coletado. Nessa fase, foram levantadas todas as notícias publicadas diariamente de janeiro de 2009 a dezembro de 2012 – com exceção do *ABC Color* que não dispunha de noticiário *on-line* de janeiro de 2009 a junho de 2009, portanto a pesquisa neste veículo é a partir de julho de 2010. O levantamento foi feito em todos os veículos. Ao final, considerando o levantamento dos três veículos,

obteve-se um número total de 7.746 notícias, das quais 4.122 presentes no *ABC Color*; 2.302 no *Clarín* e 1.322 no *El País*.

A segunda fase da pesquisa é qualitativa. Nessa etapa, reunimos um total de 72 matérias jornalísticas nos três veículos. O número 72 foi obtido a partir da nossa decisão de escolher as temáticas que prevaleceram, ao longo de 12 meses, por veículo, selecionando uma notícia a cada seis meses. Essa escolha só foi possível porque, inicialmente, ao fazermos o levantamento, lemos cada uma das notícias publicadas. No total, por veículo, foram analisadas qualitativamente 24 notícias.

A terceira etapa também é qualitativa, sustentada pelas entrevistas com três jornalistas, com experiência na cobertura de América Latina e que lidam diariamente com os temas relativos à região, incluindo o Brasil. Foram feitas entrevistas em profundidade, abertas e semiestruturadas. Por entrevistas semiestruturadas compreende-se a formulação de perguntas básicas, em um roteiro definido previamente, com o objetivo de buscar respostas que colaborem para a investigação (TRIVIÑOS, 1987, p. 146).

Para ampliar o estudo foram associadas a análise descritiva, que se funda na frequência da aparição de notícias sobre o Brasil, e a qualitativa, utilizada sobre acontecimentos ou variável de inferência específica precisa. A análise qualitativa é maleável no seu funcionamento e na utilização de seus índices

### **5.2.5. Etapas dos procedimentos de análise**

Aplicamos nesta investigação operações de estatísticas simples com o auxílio de tabelas para melhor indicar os resultados. A codificação do material coletado foi recortada, agregada e enumerada também conforme os momentos selecionados de 2009 a 2012, demonstrando a incidência de temas que predominaram no noticiário analisado.

Trabalhamos com palavras-chave: **Brasil** e correlacionadas – **São Paulo** (San Pablo), **Rio de Janeiro** e **Brasília** – e o cálculo de coocorrências (matriz de contingência), comparando cada caso, para chegar à representação e interpretação dos resultados. Pela análise de coocorrências é possível extrair do texto as relações entre os elementos da mensagem e assinalar as presenças simultâneas de dois ou mais elementos na mesma unidade de contexto.

Para verificar os dados sobre o Brasil, definimos as três grandes categorias já mencionadas, quais sejam, Economia, Política e Geral, a partir das editoriais nas quais estavam dispostas informações sobre Brasil nos veículos analisados. Houve um levantamento descritivo do material coletado e qualitativo associado para, depois, interpretar e analisar os dados levantados.

Ao reunir esses elementos, foi possível verificar a ocorrência de notícias relativas ao Brasil, conforme estudos de Stevenson e Cole (1984,p.98). Seguimos as orientações de Bardin (2011, p.125) estabelecendo um plano da organização da análise que se baseia em três aspectos gerais:

1. A pré-análise, que é a organização propriamente dita, a escolha de documentos, as formulações de hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final;
2. A chamada leitura “flutuante”, que se baseia em uma primeira leitura do material coletado. A expressão é emprestada da psicanálise, pois inicialmente a leitura é menos aprofundada do que a ideal;
3. A escolha de documentos/material que é todo o conjunto levantado a ser analisado, avaliado e interpretado para a pesquisa. Nessa fase há uma série de regras a seguir, como a regra da representatividade, que será empregada neste estudo, pois é a análise que se baseia na amostragem. Há, ainda, um princípio considerado essencial por Bardin (2011, p.129): o da homogeneidade – todos os documentos devem obedecer a critérios precisos de escolha. Avaliação semelhante ocorre com a regra de pertinência, pois os documentos devem ser adequados como fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise.
4. Há uma tabulação dos dados, a partir do *corpus* levantado por cada veículo, considerando mês, ano e tema da referida reportagem. Os dados estão dispostos em quatro tabelas por veículo. Nelas, os dados são demonstrados de forma geral, depois mensal e diária, maior e menor frequência, por categoria temática.
5. Por fim, após a tabulação houve a aplicação de uma entrevista (por e-mail com perguntas abertas, no apêndice) com jornalistas especializados em cobertura internacional que atuam na América Latina.
6. Em seguida, foi feito o cruzamento dos dados com os resultados das entrevistas

aplicadas, detalhando o modo como o Brasil é visto em cada um dos veículos e o porquê. Os dados e os resultados das pesquisas “falam”, e assim levaram à construção da discussão sobre a imagem do Brasil nos três países do Cone Sul que formaram inicialmente o MERCOSUL.

### **5.3. Categorias de análise**

Sousa (2003, p. 229-234) recomenda que, identificados os pontos substanciais de um discurso, é necessário fazer sua classificação por categorias, que podem ser livremente definidas pelo pesquisador/a. Optamos por criar as três grandes categorias aqui já apresentadas. Desde o início da pesquisa, decidimos excluir as notícias relativas a esporte e cultura. Por outro lado, com o levantamento feito, percebemos que era necessário aprofundar essas categorias, por isso criamos as subcategorias as quais também já nos referimos.

Em Política, foram incluídas as matérias relativas tanto à política local de cada país em relação ao Brasil, como a referente ao Brasil exclusivamente. Estrutura semelhante foi utilizada para a Economia e a Geral. No caso de Geral, foram incluídas, vale frisar, as notícias que não se enquadravam nas categorias de Política e Economia.

Como o universo descritivo levantado é demasiadamente extenso: notícias nos três veículos, optamos por selecionar uma amostra representativa valendo-nos dos temas que mais apareceram nos meses, por ano, em cada veículo.

### **5.4. Procedimentos de Codificação**

As categorias foram apreendidas a partir da primeira etapa de levantamento descritivo desta pesquisa, quando se verificou também que o material jornalístico analisado envolvia vários temas, provocando, assim a necessidade de categorizar as notícias. Sousa (2003, p. 233) ressalta que a definição de categorias ou codificação de conteúdo corresponde à operação de classificar uma unidade de análise dentro de uma determinada categoria de análise. O autor sugere a utilização de procedimentos estatísticos para análise dos dados. Decidimos usar os procedimentos básicos, também autorizados por Sousa.

Para análise do *corpus*, foram feitos os levantamentos descritivos. Em seguida, elaboradas tabelas para a inclusão dos dados numéricos, somados os dados e calculados

por dia e mês para a obtenção de médias. Inicialmente, somaram-se por mês quantas matérias jornalísticas sobre o Brasil foram veiculadas. Em seguida, somaram-se todos os meses para verificar a quantidade por ano. Também foi feito o cálculo com base nos dados gerais para a obtenção da média anual e da média mensal por veículo.

Para cada um dos três veículos de imprensa foram feitas quatro tabelas, nas quais estão dispostos os doze meses do ano nos respectivos períodos – 2009, 2010, 2011 e 2012 – e categorias de editorias – Política, Economia e Geral. A exceção, como já justificado anteriormente, é o *ABC Color*, cujo período de pesquisa começa em julho de 2009 e termina em dezembro de 2012.

Por nossa opção, escolhemos os textos relativos ao gênero informativo na tentativa de buscar material jornalístico, no qual acreditamos ter a prevalência da informação sobre a interpretação individual ou coletiva, diferentemente do que ocorre no gênero opinativo em que o jornalista ou a equipe editorial pode interferir na produção do material jornalístico.

Na análise qualitativa das 72 notícias, observamos o enfoque dado. Ao analisar o *corpus*, verificamos que as escolhas jornalísticas na construção da realidade a ser apresentada ao público podem ser feitas de forma indireta e por meio da seleção da matéria, sua organização e publicação. Essa escolha ocorre pela disposição da fotografia, das fontes selecionadas, do tom utilizado pelo veículo, no caso *on-line*, e sobretudo pela maneira como se narra o acontecimento, o que pode ser observado na análise detalhada na qualitativa.

Não temos aqui intenção de aprofundar a discussão sobre a existência, ou não, de uma tendência a se publicar matérias positivas ou negativas. Por outro lado, na análise qualitativa mostramos como se dá a construção da notícia, como ela é elaborada para apresentar uma realidade ao leitor de modo a influenciar sua interpretação dos fatos, que terá como base as informações contidas no texto, na escolha dos entrevistados e no destaque definido para a publicação de uma determinada matéria jornalística, por exemplo.

## **5.5. Sem comparações**

Ao longo deste trabalho evitamos fazer quaisquer tipos de comparação entre as matérias jornalísticas dos veículos *on-line* aqui compiladas, analisadas e interpretadas.

Não trabalhamos com o jornalismo comparativo. Para nós não cabe aqui uma análise comparativa entre os três veículos, mas, sim, específica sobre a cobertura promovida por cada jornal na busca pela construção geomidiática do Brasil na região. A partir do estudo verificou-se que os relatos sobre o Brasil apontam para uma construção geomidiática pasteurizada, em decorrência da elevada quantidade de matérias publicadas a partir da produção das agências de notícias, com baixa participação social e de uma tendência a não respeitar os aspectos culturais que caracterizam o brasileiro.

Também há uma reduzida preocupação com a imagem fotográfica nos três veículos analisados, considerando o uso de fotografias nem sempre com qualidade e em várias situações de material de arquivo. A reduzida qualidade técnica de algumas imagens é exemplificada na notícia em que foi publicada uma foto de Manuel Zelaya, presidente deposto de Honduras, no *ABC Color*, na qual a imagem está granulada (isso ocorre quando a foto original é menor e a publicada foi ampliada) e da incoerência entre imagem e texto, como uma notícia sobre Carnaval, no *El País*, em que matéria tratava do Sambódromo e a foto era de Carnaval de rua no centro do Rio de Janeiro. O *Clarín* usa raríssimas vezes fotografia.

Observamos ainda que há uma tendência comum de associar os assuntos do Brasil com os temas de interesse de cada país. No caso do *Clarín*, a disputa entre Brasil e Argentina sobre as barreiras alfandegárias é tema constante no noticiário; no *El País*, o assunto que prevalece, em geral, diz respeito à exportação e importação de carne; No *ABC Color*, a política externa relativa ao MERCOSUL é pauta constante. Ainda no caso do Paraguai, o *ABC Color* tem um aspecto peculiar: como no país há duas línguas oficiais – espanhol e guarani –, as principais matérias do noticiário são publicadas em ambos os idiomas. Para a presente pesquisa, foi analisado o noticiário em espanhol.

No caso do *Clarín*, o noticiário é, sobretudo, econômico, e prevalecem as notícias relativas às barreiras alfandegárias e às disputas comerciais entre Brasil e Argentina. A rede de intrigas que envolvem o jogo político e econômico é amplamente noticiada. No *El País*, as fragilidades sociais do Brasil e a inoperância do governo estão no foco da atenção do *on-line*, assim como as questões econômicas relativas à produção de carne e leite – base da economia uruguaia. No *ABC Color*, prevalecem as matérias jornalísticas relativas às questões política – tanto de discussão interna, como as demissões de ministros por denúncias de irregularidades – como de ordem externa, conflitos cercando o MERCOSUL, por exemplo.



## **CAPÍTULO 6 - Resultados**

### **6.1. Levantamento Descritivo**

Nesta etapa da pesquisa trabalhamos com a análise descritiva do *corpus* de 7.746 matérias jornalísticas publicadas nos três veículos analisados cujos dados se dividem da seguinte forma: 4.122 notícias no *ABC Color*, 2.302 no *Clarín* e 1.322 no *El País*. Neste capítulo trabalhamos cada veículo a partir do levantamento de dados por mês e ano, assim como as médias por mês, semana e frequências. Foi realizada também uma categorização do noticiário, classificando-o em três grandes categorias temáticas: Política, Economia e Geral. Para cada situação foram colocadas tabelas e gráficos.

Com o levantamento feito, observamos que era necessário aprofundar essas categorias na análise qualitativa dos meses com maior e menor incidência de notícias, foi então que criamos subcategorias, incluídas nas três grandes categorias. São elas: Política: política interna e externa; Economia: economia interna e economia externa; Geral: segurança e polícia; questões indígenas; religião; catástrofes naturais; comportamento.

Definimos as subcategorias a partir da análise global do noticiário dos três veículos aqui trabalhamos e montamos os grupos temáticos adotando critérios próprios. Essas subcategorias foram adotadas para analisar apenas o noticiário dos meses com menor quantidade de matérias jornalísticas publicadas e os que apresentam maior número de notícias veiculadas no *ABC Color*, *Clarín* e *El País*.

Em política interna, incluímos as notícias relativas ao cenário político do Brasil e aos políticos brasileiros; em política externa, foram incluídas as matérias jornalísticas relativas a temas políticos de outros países, que também abarcassem visão sobre política externa do governo brasileiro. Em economia interna, o critério foi semelhante: a inclusão de notícias relativas ao cenário brasileiro – inflação, Produto Interno Bruto (PIB), oscilação das Bolsas de Valores, visão do empresariado brasileiro, por exemplo; em economia externa, incluímos o noticiário relativo às exportações e importações, análises de especialistas sobre as perspectivas para o comércio do Brasil com outros países, por exemplo.

A grande categoria que gerou mais subcategorias foi a Geral: segurança e polícia; questões indígenas; religião; catástrofes naturais; comportamento. Vimo-nos obrigados a organizar dessa forma devido à infinidade de assuntos abordados. Em

segurança e polícia, incluímos as notícias sobre a violência no Brasil, os atentados a turistas, riscos de doenças tropicais, como febre amarela e dengue, por exemplo. Em questões indígenas, a campanha das etnias para evitar a hidroelétrica de Belo Monte. Em religião, por exemplo, incluímos a campanha dos católicos para recuperar o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro. Em catástrofes naturais, os efeitos da chuva e das enchentes no Brasil. Em comportamento, por exemplo, estão matérias jornalísticas sobre o cotidiano de anônimos e suas descobertas, como colegas de trabalho que se descobrem pai e filho, crianças de uma escola paulista que recebem um livro com o mapa da América Latina repleto de equívocos e uma uruguaia que organiza uma política de inclusão para sem-teto brasileiros.

Dividimos este capítulo da seguinte forma: o primeiro subcapítulo destina-se à análise de dados do *ABC Color*; o segundo, à análise de dados do *Clarín*; o terceiro, à análise de dados do *El País*.

### **6.1.1 Análise de Dados - *ABC Color***

No *ABC Color*, do Paraguai, o assunto Brasil é tema do noticiário praticamente todos os dias, registrando uma média diária superior a duas notícias por dia, o que pode ser conferido na Tabela II. Dos três veículos analisados, foi o que apresentou a maior quantidade de matérias jornalísticas sobre o Brasil. A média mensal ficou acima de 78 matérias, dado que também pode ser verificado na Tabela II.

Pela análise descritiva do material coletado, o total de matérias publicadas entre julho de 2009 a dezembro de 2012 é de 4.122 matérias, em 42 meses, ou três anos e meio. O veículo paraguaio passou a disponibilizar na internet seu material apenas a partir de julho de 2009. O ano de 2011 é o que registrou a maior quantidade de matérias publicadas: 1.375. O ano de 2009 foi o que registrou a menor quantidade: 469 matérias. O número de publicações referente a cada ano pode ser conferido na Tabela I.

Para compreender a seleção feita pelo *ABC Color* na publicação de notícias, buscamos o *newsmaking*, os valores-notícia, o entendimento sobre a escolha de fontes, o *gatekeeper* e o conceito de enquadramento, além do *fait divers*, que pode ser observado mais adiante. O mês de janeiro de 2011, período de posse e definição do governo da presidente Dilma Rousseff, apresenta a maior quantidade de notícias publicadas no *on-line*: 167, dado que pode ser conferido na tabela IV. A partir do levantamento, observamos também que no *ABC Color* o mês com menor número de

notícias publicadas foi dezembro de 2009: 44 matérias jornalísticas. Em uma avaliação global do material levantando no *ABC Color*, na sua versão *on-line*, é possível verificar claramente a existência de “preferências” temáticas na abordagem dos assuntos veiculados.

Na tentativa de compreender qual é essa imagem construída sobre o Brasil, observando detalhadamente os meses de maior e menor incidência em publicações, aprofundamos as categorias de análise ao criar subcategorias, incluídas nas três grandes categorias.

### 6.1.2 Análise da Tabela I

Realizando uma análise descritiva a partir da compilação dos dados por mês e ano, além do total anual houve também a inclusão do global. Para melhor compreensão de janeiro a junho, como não havia publicação *on-line* no *ABC Color*, sinalizamos com um “x” nos referidos meses.

Tabela I: publicações de matérias jornalísticas dos anos 2009 a 2012

Tabela I: Publicações de Matérias Jornalísticas de 2009 a 2012					
Mês	Ano				Total Global
	2009	2010	2011	2012	
Janeiro	X	53	167	127	
Fevereiro	X	93	94	115	
Março	X	56	101	67	
Abril	X	90	131	101	
Maio	X	73	114	114	
Junho	X	63	89	105	
Julho	76	53	105	140	
Agosto	77	69	116	105	
Setembro	110	124	123	88	
Outubro	90	121	104	113	
Novembro	72	97	98	98	
Dezembro	44	118	132	96	
<b>Total</b>	<b>469</b>	<b>1.010</b>	<b>1.374</b>	<b>1.269</b>	<b>4.122</b>

### 6.1.3 Análise da tabela I

O *ABC Color* passou a publicar na sua versão *on-line* o noticiário a partir de julho de 2009. Por isso, na tabela I os meses anteriores, em 2009, não aparecem e estão com um “x”. Para a tabulação dos dados, tal aspecto não interfere.

O ano de 2009 registrou 469 notícias, o de 2010 reuniu 1.010 o ano de 2011 englobou 1.355, sendo o mais profícuo, e no de 2012, período eleitoral no Brasil, foram identificadas 1.270. Há diferenças entre os meses e, em alguns casos, saltam aos olhos, como os meses de dezembro de 2009, quando foram registradas 44 matérias, e de janeiro de 2011, no qual foram compiladas 167. Mas esse aspecto será analisado a seguir (verificar tabela III).

As oscilações são frequentes entre os meses porque dependem do noticiário, em geral, uma vez que o critério de relevância, considerado fundamental para a noticiabilidade, está presente como condição principal para a publicação das matérias jornalísticas. Tal critério vale para quaisquer temas: a incidência de chuva e suas consequências, as disputas políticas pela Presidência da República no Brasil, investigações sobre políticos de destaque no cenário brasileiro – no caso o então presidente do Senado, José Sarney, cujo crescimento econômico era alvo de suspeitas do Ministério Público Federal, até o suposto isolamento do Brasil na comunidade internacional.

Os números refletem os interesses do veículo *on-line* sobre o Brasil, mas em determinado momento, quando há uma queda na quantidade de notícias, deixou-se de informar sobre o nosso país no Paraguai. Em 2009, a incidência é de, no mínimo, 44 matérias publicadas, em dezembro, e, no máximo, 110 do mesmo ano. No total, foram registradas 469 matérias jornalísticas – de julho a dezembro de 2009.

Em 2010, a menor frequência é de 53 matérias jornalísticas publicadas – nos meses de janeiro e julho, houve aí uma coincidência numérica – e a maior é de 124 notícias veiculadas em setembro, totalizando 1.010 matérias jornalísticas publicadas. O ano de 2011, primeiro da presidente Dilma Rousseff, foi abundante no que se refere ao noticiário sobre o Brasil. Só nesse ano foram registradas 1.355 matérias jornalísticas, o mês com menor número foi o de julho, com 89. Porém, no mesmo ano, em janeiro, houve um recorde em comparação aos demais 41 meses: registraram-se 167 matérias.

Em 2012, último ano por nós analisado, o equilíbrio entre os meses é maior, pois a maioria tem uma frequência superior a 88 matérias jornalísticas, com exceção do mês de março que registrou 67. No total, foram 1.269 matérias jornalísticas publicadas ao longo desse ano. Por essa tabela, vê-se que há uma variação de quantidade de matérias jornalísticas publicadas ao longo dos três anos e meio examinados, por outro lado, a continuidade e a assiduidade também são verificadas.

#### 6.1.4 Análise da Tabela II

Nesta Tabela, foram reunidos os dados gerais para a elaboração das médias mensal e diária por ano. Vejamos:

Tabela II–*ABC Color*: média de frequência de publicação das matérias por mês e ano.

<b>Tabela II: Média de Frequência por Mês e Ano</b>				
<b>Média</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Média mensal	39,08	92,5	114,58	105,75
Média diária	1,3	3,08	9,5	8,8

#### 6.1.5 Análise da Tabela II

Para a elaboração dessa tabela foram somados os meses de cada ano, e o total dividido por 12, com exceção do ano de 2009, pois nele a pesquisa é feita a partir de julho. No caso de 2009, a soma total foi dividida por seis. Depois, feita a soma global de cada ano dividiu-se essa quantidade por 30 para verificar a média diária. Os números acima descritos são oriundos de tal tabulação.

A média mensal mais elevada foi a do ano 2011, registrando 114,58, conseqüentemente a média diária também foi a mais alta: 9,5 matérias jornalísticas publicadas por dia. As médias mais baixas foram identificadas em 2009. A média mensal ficou em 39,08 e a diária em 1,3. A segunda média geral mais elevada foi registrada em 2012. Nesse ano, a média mensal foi de 105,8, e a diária, de 3,4. Já o ano de 2010 foi o segundo cuja média geral foi mais baixa. A média mensal foi de 92,5, e a diária, 3,04.

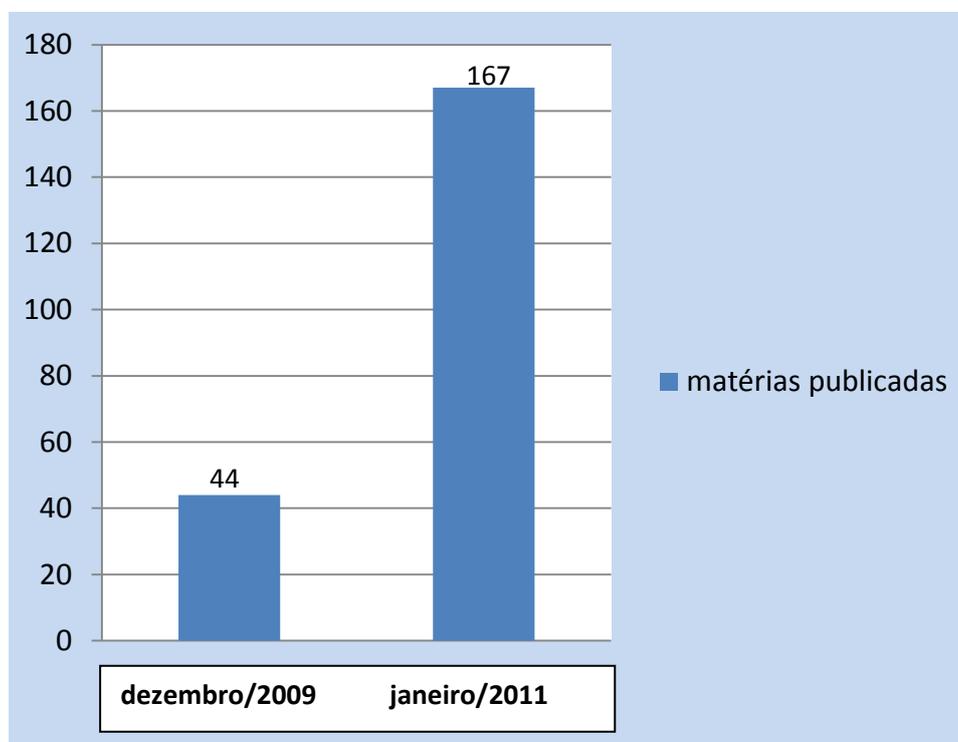
A partir da verificação dos dados, observamos que, no *ABC Colorem* sua versão *on-line*, o Brasil é motivo de atenção diária. A atenção vale até mesmo para o ano de 2009, cuja média mensal foi a mais baixa entre os quatro anos analisados. Há, nesse

ano, pelo menos duas notícias por dia, em média, sobre o Brasil no veículo. No ano de 2011, o que registrou maior quantidade de matérias publicadas, o número sobe para quase dez notícias sobre o Brasil por dia em uma média mensal de 114,58.

Verificamos que o Brasil é tema presente nas abordagens do veículo *on-line* paraguaio com frequência e de forma contínua. Considerando as diferentes médias mensais e diárias, há um aspecto comum, que é a média mensal superior a 39,08, e a diária, acima de 1,8. Tais dados mostram que além da preocupação sobre os vários temas relativos ao Brasil, existe também uma preocupação em manter o assunto “Brasil” em pauta.

### 6.1.6. Análise III

**Gráfico I: Ano e Frequência Menor/Maior de Matérias Publicadas**



#### **Análise**

Não há aqui uma tabela, como nas análises anteriores, mas um gráfico no qual é possível visualizar a comparação entre os meses de dezembro de 2009, que registrou 44 matérias – o número mais baixo de publicação de notícias entre os meses – e o de janeiro de 2011, identificadas 167 matérias jornalísticas – maior quantidade de matérias jornalísticas do total analisado.

#### **6.1.7 Dezembro de 2009: 44 matérias jornalísticas publicadas – o menor número**

O mês de dezembro de 2009 foi o menos profícuo em publicação de notícias no *ABC Color* em comparação aos demais meses – considerando que o período analisado foi de julho de 2009 a dezembro de 2012. Com base nas subcategorias criadas, observamos que houve 25 notícias sobre Política, das quais sete são relativas à política interna e 18 à política externa; dez notícias são relativas à Economia, das quais seis estão em economia interna, uma em economia externa e três em energia; na categoria

Geral, foram publicadas nove notícias, das quais sete em segurança e polícia; uma em questões indígenas e uma em religião.

**Tabela I: Análise das subcategorias no mês de dezembro de 2009**

<b>Política</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Economia</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Geral</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Política Interna</b>	07	<b>Economia Interna</b>	06	<b>Segurança/Polícia</b>	10
<b>Política Externa</b>	18	<b>Economia Externa</b>	01	<b>Indígena</b>	01
		<b>Energia</b>	03	<b>Religião</b>	01
				<b>Comportamento</b>	00
				<b>Catástrofes naturais</b>	00
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>10</b>		<b>12</b>

A análise descritiva do material coletado mostra que o noticiário do veículo paraguaio em dezembro de 2009 concentrou-se basicamente em matérias jornalísticas, classificadas por nós, em política. Em política interna, incluímos as matérias jornalísticas relativas à tensa relação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva com a imprensa, a popularidade dele em 83%, no seu penúltimo ano de governo e também as investigações a integrantes do PT, em decorrência das denúncias do mensalão. Em política externa, predominaram as negociações em torno da concessão de asilo político para o presidente deposto de Honduras, Manuel Zelaya, assim como o apelo ao governo brasileiro para que as potências suspendam o uso de armas químicas. Também em política externa incluímos: a “descoberta” das autoridades brasileiras sobre um espião norte-americano em território brasileiro e a recusa do então ministro das Relações Exteriores, Celso Amorim, de receber um enviado do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama.

As questões de Economia, registrando dez notícias publicadas, concentraram-se na área de economia interna, como a construção de uma nova refinaria da Petrobras e a oscilação nas Bolsas de Valores do Rio e de São Paulo, assim como o aumento da inflação e o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB). Em Energia, incluímos as notícias: a alta das ações relativas às gestoras de energia elétrica e sua influência na Bolsa de Valores de São Paulo.

Em Geral, em todas as subcategorias foram publicadas nove notícias. Predominaram as questões relativas à violência nas favelas do Rio de Janeiro, bem como

a de ladrões que cavaram, em São Paulo, túnel de 100 metros e conseguiram roubar R\$ 6 milhões de uma empresa transportadora. Em polícia, incluímos a apreensão de 800 quilos de maconha, oriunda do Paraguai, que ganhou pouco destaque. Houve uma notícia na subcategoria de questões indígenas: ameaças às etnias que vivem às margens do Xingu devido à construção da Hidroelétrica de Belo Monte. Em religião, incluímos uma única matéria sobre o levantamento da Igreja Católica entre os fiéis para obter recursos para a reforma do Cristo Redentor, no Rio.

Pelas teorias do *newsmaking* e dos valores-notícia, em Traquina (2001, p.82), é possível aqui compreender que a seleção feita pelo *ABC Color* em dezembro de 2009 baseou-se, inicialmente, no que é considerado relevância pelo critério da proximidade. A proximidade é o fator apontado pela maioria dos autores como aquele que atrai o leitor e seu interesse para um determinado assunto. O critério se refere a temas próximos ao leitor – algo que interfira no seu cotidiano direta ou indiretamente. Fernandes (2010, p.03) analisou dez autores que trabalham com os critérios de noticiabilidade e todos destacam sua relevância na seleção de notícias. Norberto (1969, p.24) acrescenta que: “O leitor prefere tomar conhecimento de um fato pequeno, mas próximo, do que de outro, mais importante ocorrido a quilômetros de distância”.

### 6.1.8 Janeiro de 2011: publicação de 167 matérias

Tabela II: Análise das subcategorias no mês de janeiro de 2011

Política	Qtd.	Economia	Qtd.	Geral	Qtd.
Política Interna	28	Economia Interna	10	Segurança/Polícia	23
Política Externa	40	Economia Externa	02	Indígena	00
		Energia	01	Religião	00
				Comportamento	00
				Catástrofes naturais	63
<b>Total</b>	<b>68</b>		<b>13</b>		<b>86</b>

O mês de janeiro de 2011 foi o que registrou o maior número de notícias sobre no Brasil no *ABC Color*: 167 matérias jornalísticas. O total de matérias de Política, Economia e Geral, nas diversas subcategorias, está representado na tabela II, acima.

Houve quatro eventos que contribuíram para a ocorrência desse aumento de notícias publicadas: a posse da presidente Dilma Rousseff; a terceira vitória do PT na disputa pela Presidência da República; a presença do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que, mesmo deixando o cargo, exercia influência nas escolhas de sua sucessora; a chuva intensa que atingiu parte do litoral brasileiro e as regiões serranas do Rio de Janeiro e de Santa Catarina.

Na categoria Geral, cujas subcategorias registraram um total de 86 notícias, predominaram as matérias jornalísticas sobre o caos causado pela chuva no Rio de Janeiro e em Santa Catarina, presentes na subcategoria referente às catástrofes naturais – na qual foram identificadas 63 matérias jornalísticas. A principal informação é a de que cem mil pessoas foram afetadas pela chuva no Sudeste, assim como as mortes, o resgate de um bebê que ficou 15 horas sob um escombros, os medicamentos e mantimentos enviados para as vítimas, a crise provocada pelas casas desmoronadas. Ainda sobre a catástrofe envolvendo as tempestades, há matérias sobre operações de resgate e a participação das Forças Armadas nas ações. O destaque é grande para a precariedade que veio à baila em situações assim no Brasil, informando sobre a criação de um grupo de prevenção de resgates. Em Polícia e segurança, foram identificadas 17 notícias relativas à violência no Rio de Janeiro e ao desaparecimento de um helicóptero, também as matérias sobre o cotidiano tenso e violento das favelas cariocas, registrando inclusive a morte de um policial; há ainda publicações sobre os esforços da presidente Dilma em manter a política de erradicação da pobreza, mas ocupam menor espaço.

Na categoria Política, foram registradas 68 matérias, das quais prevaleceram as opiniões, consideradas polêmicas, da nova governante brasileira: a matéria de Dilma reivindicando a luta contra ditadura é publicada sem destaque na subcategoria de política interna. A defesa da presidente em reforçar os vínculos com os Estados Unidos e América Latina tem espaço maior, na subcategoria de política externa. A iniciativa da presidente em apostar no MERCOSUL e na UNASUL, também em política externa. A cerimônia de posse tem destaque também, bem como a primeira reunião ministerial e a despedida do ex-presidente Lula, que estão em política interna. Porém, a notícia sobre o começo do tratamento de combate ao câncer do ex-presidente, categorizada em política interna, é publicada no formato maior apenas que uma nota, assim como a luta do ex-vice-presidente da República José Alencar contra a mesma doença. A criação da Comissão da Verdade também está entre os destaques, em política interna. Em política

externa, destaca-se ainda o encontro chamado de “histórico” entre as presidentes Dilma Rousseff e Cristina Kirchner (Argentina), por ambas serem mulheres e dirigirem países que são referência na região. No noticiário, destacam-se os 14 acordos firmados entre os dois governos e a posição do Brasil informando que não há repressão no Egito – que vivia naquele período a Primavera Árabe com uma série de protestos pedindo o fim do governo do então presidente Hosni Mubarak.

Na categoria Economia, foram identificadas 13 notícias, dentre as quais a decisão da presidente Dilma em privatizar os aeroportos, incluída na subcategoria destinada à economia interna. Os esforços do governo brasileiro em evitar uma crise econômica com os aliados estão em duas notícias de economia externa. A aprovação de mudanças no sistema de fiscalização econômico financeiro e a desaceleração da indústria nacional também têm destaque, em economia interna. Em economia externa, a iniciativa da presidente em ampliar acordos com os parceiros do MERCOSUL e da UNASUL. Também em economia externa, incluímos os projetos de expansão da Petrobras.

### 6.1.9 Análise da Tabela III

Tabela III: frequência das publicações por categoria temática

<b>Tabela III: Frequência por Categoria Temática</b>					
<b>Temas</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Total</b>
Economia	104	446	122	165	837
Política	246	938	339	684	2.207
Geral ( <i>Fait Divers</i> : Acidentes naturais, Casos de polícia, Saúde, Educação, Indígenas e Catástrofes naturais)	119	556	216	420	1.311

Seguindo a análise descritiva do material coletado, no noticiário do *ABC Color*, predomina a categoria Política, na qual foram identificadas 2.207 matérias jornalísticas,

seguida pela categoria Geral, com 1.311 notícias, no período analisado e, por último, Economia, com 837. A mesma ordem de frequência ocorre em todos os anos. Na análise qualitativa, com base em 24 notícias de todas as categorias aqui analisadas, detalhamos o noticiário do *ABC Color*, no próximo capítulo.

Em Política, os temas locais brasileiros são noticiados em profusão pelo *on-line* paraguaio: das disputas internas por poder, como as discussões entre então Dilma Rousseff e José Serra, pré-candidatos à Presidência da República em 2010, até as opiniões pessoais do já ex-presidente Lula, nos anos de 2011 e 2012.

Na categoria Economia, predominam o noticiário sobre o comércio bilateral Paraguai e Brasil, assim como o multilateral, envolvendo a Argentina. Os índices de emprego e desemprego no Brasil, as dificuldades e queixas do setor empresarial e os temas envolvendo a Hidroelétrica de Itaipu Binacional são também recorrentes nessa categoria. Também são frequentes as matérias jornalísticas relativas às negociações intramembros do MERCOSUL. No período analisado, a Venezuela negociava o ingresso no bloco. Até então eram Paraguai, Uruguai, Argentina e Brasil.

Na categoria Geral, incluímos o *fait divers* – na qual estão os temas relativos a acidentes naturais, casos de polícia, saúde, educação, indígenas e catástrofes naturais. Com a ocorrência de um longo período de chuva no Brasil, o *ABC Color* noticiou em abundância o desespero das famílias das vítimas, dos desabrigados, as dificuldades das autoridades públicas em resolver o assunto, assim como houve a atualização contínua de números e dados sobre o assunto. Também nessa categoria houve numerosas notícias sobre casos de polícia, como o do goleiro Bruno, do Flamengo, acusado de mandar matar a namorada e desaparecer com o corpo dela; a incidência de dengue e o desmatamento da Amazônia também se destacam no noticiário.

### **6.1.10 Análise de Dados– *Clarín***

Nesta etapa da pesquisa, trabalhamos a análise descritiva dos dados. No *Clarín*, Argentina, é elevada a frequência com que o Brasil é notícia, registrando uma média diária de pelo menos 0,85 (a menor), em 2009, e de, no máximo, 2,07, em 2011, dado verificável na tabela II. A média mensal, referente aos dados acima, foi de 25,25 matérias jornalísticas veiculadas sobre o Brasil, o que também pode se verificar na tabela II. O total de matérias publicadas entre janeiro de 2009 a dezembro de 2012 é de

2.302, considerando os 48 meses ou quatro anos; a conferência é possível na Tabela I. Em 2011 registrou-se a maior quantidade de matérias jornalísticas publicadas sobre o Brasil: 748; os dados constam da Tabela I. Já 2009 foi o ano que registrou a menor quantidade: 303, isso também pode ser conferido na Tabela I.

### 6.1.11 Análise da Tabela I

Para essa tabela foi feita a compilação do número de matérias jornalísticas localizadas por mês e ano, além da soma anual e inclusão do somatório total global. Vejamos, pois, a Tabela I: publicações de matérias jornalísticas de 2009 a 2012.

<b>Tabela I: Publicações de Matérias Jornalísticas de 2009 a 2012</b>					
<b>Mês</b>	<b>Ano</b>				<b>Total Global</b>
	2009	2010	2011	2012	
Janeiro	30	74	105	72	
Fevereiro	17	36	60	58	
Março	15	35	70	43	
Abril	17	34	69	48	
Maio	23	72	89	31	
Junho	18	49	58	46	
Julho	20	61	29	34	
Agosto	19	39	41	36	
Setembro	40	61	52	35	
Outubro	21	102	62	32	
Novembro	47	79	55	43	
Dezembro	36	79	58	52	
<b>Total</b>	<b>303</b>	<b>721</b>	<b>748</b>	<b>530</b>	<b>2.302</b>

### 6.1.12- Análise da Tabela I

O ano de 2009 registrou 303 notícias, o de 2010 reuniu 721, período de eleições presidenciais no Brasil, um dos profícuos do período analisado. O ano de 2011

englobou 748 matérias jornalísticas publicadas, o que registrou maior quantidade de notícias veiculadas, e o de 2012, 530 matérias jornalísticas. No total, ao longo de 48 meses, ou quatro anos, foram compiladas 2.302 matérias jornalísticas referentes ao Brasil no veículo *on-line*. Os números também variam bastante entre os meses. Em março de 2009, foram publicadas 15 matérias jornalísticas sobre o Brasil, enquanto em outubro de 2010 – mês de eleições presidenciais no Brasil – foram identificadas 102. Esse aspecto, especificamente, será analisado a seguir, no Gráfico I.

Há uma elevada variedade no número de notícias sobre o Brasil de mês para mês. Analisando o *corpus*, observamos que existe uma relação direta com os fatos ocorridos no Brasil e que, de alguma forma, provocam efeitos diretos nas áreas de interesse do veículo argentino. Em março de 2009, que registrou o menor número de matérias jornalísticas dos quatro analisados, por exemplo, o noticiário se concentrou em discursos do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que informavam sobre melhorias na economia brasileira a partir daquele ano, na queda das vendas do comércio brasileiro em 40%, em repercussões sobre a crise econômica, na imposição de “mais barreiras” (conforme a reportagem) à entrada de produtos brasileiros na Argentina, no caso dos turistas argentinos assaltados em Búzios (RJ), e ainda nas reuniões entre os chefes de Estado do Brasil, no caso o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a da Argentina, Cristina Kirchner.

Observando o ano de 2009, o noticiário está relacionado às matérias jornalísticas sobre a descoberta de dois companheiros de trabalho que eram pai e filho, em março de 2009; sobre o pai que sequestrou a filha em Goiânia, capital de Goiás; a outra notícia é sobre a escola, no mesmo mês e ano da matéria anterior, que distribuiu livros didáticos com erros no mapa da América do Sul em São Paulo. No ano de 2009, o mês com maior número de notícias publicadas sobre o Brasil foi novembro com 47 matérias jornalísticas. No total, foram registradas 303 matérias jornalísticas – ano com menor número de notícias registradas do total do período analisado.

Em 2011, a frequência registrada é a maior dos quatro anos. O mês com menor número é fevereiro, com 29 matérias jornalísticas publicadas, e a maior é de 105 notícias veiculadas, em novembro. Totalizam 748 matérias jornalísticas publicadas. Esse ano, primeiro sob a liderança de Dilma Rousseff, foi cercado por uma intensa disputa comercial entre Brasil e Argentina, o caos causado pela chuva que assolou o Rio de Janeiro e Santa Catarina, deixando mortos e desabrigados, assim como a discussão

sobre a abertura dos arquivos da ditadura. O mês de janeiro de 2011 foi o período da posse da presidente Dilma Rousseff e da formação do novo governo. Tais assuntos ocuparam o noticiário tanto quanto as questões econômicas e os planos relativos ao setor, definidos pelo novo governo.

O ano de 2010 no *Clarín* é o segundo mais profícuo em publicações. Há várias notícias sobre a importação de veículos argentinos para o Brasil, nos quais são agregadas peças brasileiras, e os discursos dos assessores da presidente eleita Dilma Rousseff sobre os rumos da economia e a não desvalorização do real. O noticiário de *fait divers* reúne matérias jornalísticas sobre candidatos apontados como pitorescos, como o debate de Dilma Rousseff e José Serra, candidato do PSDB à Presidência que disputou o segundo turno, com “brigas e sorrisos”, conforme o título da matéria, publicada em outubro de 2010. Uma das matérias jornalísticas publicadas foi sobre os êxitos e fracassos dos candidatos chamados de exóticos. Na notícia, publicada em outubro de 2010, há referências à iniciativa dos pequenos partidos que buscam votos com o auxílio das candidaturas de pessoas consideradas “diferentes”, como diz o texto, a exemplo do jogador de futebol Romário, eleito deputado federal pelo PSDB, e a ex-prostituta Gabriela Leite, que disputou uma vaga.

Em 2012, último ano analisado por nós, há uma discrepância acentuada entre os dados dos meses, isso em relação ao mês com menor número de notícias publicadas e o com maior quantidade de matérias veiculadas. Pela comparação, o número maior é o equivalente superior ao dobro do mês com menor quantidade de notícias publicadas. A frequência ficou em, no mínimo, 31 notícias publicadas, no mês de março de 2012, a, no máximo, 72 matérias jornalísticas veiculadas sobre o Brasil em janeiro do mesmo ano. No total, foram 530 matérias jornalísticas publicadas ao longo desse ano. Por essa tabela, verifica-se que há uma variação de quantidade de matérias jornalísticas publicadas nos quatro anos analisados. A continuidade e assiduidade são verificadas por nós mais adiante.

### **6.1.13 Análise da Tabela II**

Na Tabela II foram reunidos os dados gerais para a elaboração das médias mensal e diária por ano. Para a elaboração dessa tabela foram somados os meses de cada ano e o total dividido por 12. Depois, feita a soma global de cada ano, dividiu-se essa

quantidade por 30 para verificar a média diária. Os números abaixo descritos são oriundos dessa tabulação. Para a elaboração da Tabela II, aplicou-se a recomendação de Sousa (2003, p. 240-241), que sugere a adoção do método de estatística simples e do cálculo básico, aqui utilizado por nós.

Tabela II: média de frequências de publicação das matérias por mês e ano

<b>Tabela II: Média de Frequências por Mês e Ano</b>				
<b>Média</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Média mensal	25,5	60,08	62,33	44,16
Média diária	0,85	2,00	2,07	1,47

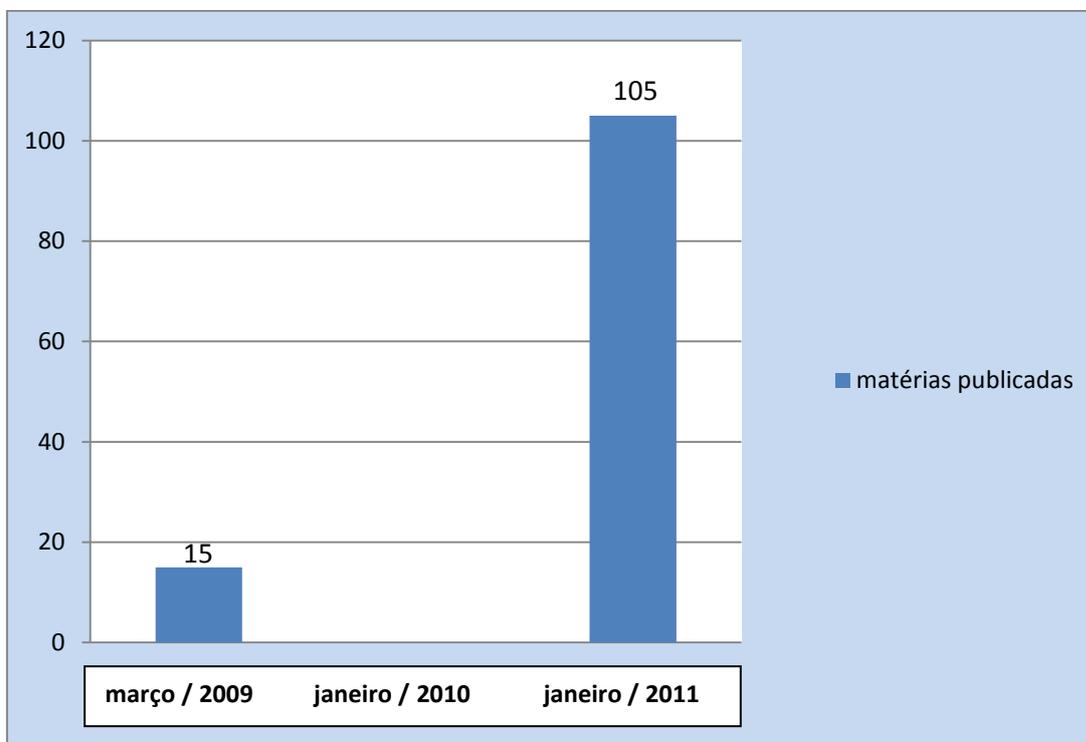
A média mensal mais elevada foi a do ano 2010, registrando 60,08, portanto, também foi o ano de média diária mais elevada: 02matérias jornalísticas publicadas por dia. A segunda média mensal e diária mais elevada foi identificada em 2011 – 53,58 a mensal, 1,76 a diária. As médias mais baixas foram identificadas em 2009, cuja média mensal ficou em 25,5 e a diária em 0,83. A segunda média geral menos elevada foi registrada em 2012. Nesse ano, a média mensal foi de 38,16, e a diária de 1,25. Já o ano de 2011 foi o segundo cuja média geral foi mais alta: 53,58, também a diária a mais elevada, de 1,76, como já registrado.

A partir da verificação dos dados, observou-se que na versão *on-line* do *Clarín*, o Brasil é motivo de atenção mensal. A avaliação é válida até mesmo para o ano de 2009, cuja média mensal foi a mais baixa entre os quatro anos analisados. Nesse ano, a média diária é de 0,83 notícias, e a mensal, de 25,5 matérias jornalísticas publicadas. Em 2012, ano que registrou a segunda menor quantidade de matérias publicadas, o número sobe para 1,25 notícias sobre o Brasil, por dia, em uma média mensal de 38,16 notícias.

O Brasil é tema presente nas abordagens do veículo *on-line* argentino com frequência e de modo contínuo, consideradas as diferentes média mensais e diárias. A média mensal é superior a 15,5 matérias jornalísticas e a diária acima de 0,83 notícias. O ano de 2009 foi único em que o Brasil não foi notícia diariamente no *Clarín* – levando em consideração o período de 2009 a 2012.

### 6.1.14 Análise III - Gráfico

Gráfico I: Ano e Frequência Menor/Maior de Matérias Publicadas



#### Análise

Não há aqui uma tabela como nas análises anteriores, mas um gráfico para melhor visualizar a comparação entre os meses de janeiro de 2009, que registrou 15 matérias – o número mais baixo dentre todos os meses –, e o de janeiro de 2011, identificadas 105 matérias jornalísticas – maior quantidade de matérias publicadas no total de meses analisado

#### 6.1.15 Março de 2009: 15 matérias jornalísticas publicadas – menor número de publicações.

O mês de março de 2009, com 15 notícias publicadas – ver tabela I – foi o menos profícuo na publicação de matérias jornalísticas no *Clarín* em comparação aos demais meses. Nesse mês, o noticiário sobre Brasil ficou em torno de temas relativos à economia. Do total de notícias publicadas, oito foram em Economia: quatro em economia externa e o mesmo número em economia interna. Foram veiculadas matérias jornalísticas sobre a queda nas vendas do comércio brasileiro: economia interna;

demissão em empresas do Brasil, também em economia interna; o governo do Brasil negociando as exportações e o fim das barreiras alfandegárias com a Argentina: ambas as notícias em economia externa. Os dados de aumento da Bovespa, a Bolsa de Valores de São Paulo, também têm destaque, em economia interna.

**Tabela I: Análise das subcategorias no mês de março de 2009**

<b>Política</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Economia</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Geral</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Política Interna</b>	00	<b>Economia Interna</b>	04	<b>Segurança/Polícia</b>	02
<b>Política Externa</b>	03	<b>Economia Externa</b>	04	<b>Indígena</b>	00
		<b>Energia</b>	00	<b>Religião</b>	00
				<b>Comportamento</b>	02
				<b>Catástrofes naturais</b>	00
<b>Total</b>	<b>03</b>		<b>08</b>		<b>04</b>

A outra categoria que mais aparece nesse mês, depois de Economia, é a Geral, com quatro matérias jornalísticas, duas delas nas subcategorias segurança e polícia e as outras duas em comportamento. As notícias sobre o assalto a turistas argentinos, que estavam em Búzios, litoral do Rio de Janeiro, e sobre o homem que sequestrou a filha estão na subcategoria polícia e segurança. As matérias jornalísticas sobre o uso, no estado de São Paulo, de um livro escolar com o mapa repleto de erros na América Latina e a descoberta de dois colegas de trabalho como pai e filho estão na subcategoria comportamento.

Na grande categoria Política, incluímos apenas três notícias, todas na subcategoria de política externa. Duas delas são continuidade do mesmo tema: o encontro entre os presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Cristina Kirchner na tentativa de minimizar as divergências econômicas. A terceira é sobre a morte do ex-presidente argentino Raúl Alfonsín. A classificação em política externa foi adotada por nós porque o conteúdo da matéria jornalística é o de negociação, embora o tema predominante – no caso das duas primeiras notícias – seja economia. A terceira reportagem foi facilmente incluída por nós nessa subcategoria.

### 6.1.16 Janeiro de 2011: 105 matérias publicadas

O mês de janeiro de 2011 foi o que registrou o maior número de notícias sobre o Brasil no *Clarín*, consta da tabela II: 105 matérias jornalísticas publicadas. Analisando essas matérias, consideramos que os seguintes fatores contribuíram para a ocorrência elevada: as informações relativas ao novo governo da presidente Dilma Rousseff, empossada no referidos mês e ano, a alta da inflação no Brasil, a venda de veículos da Argentina para o Brasil com peças brasileiras, a beleza de Marcela Temer, mulher do vice-presidente da República do Brasil, Michel Temer, e turistas argentinos no Brasil e brasileiros na Argentina.

Tabela II: Análise das subcategorias no mês de janeiro de 2011

Política	Qtd.	Economia	Qtd.	Geral	Qtd.
Política Interna	12	Economia Interna	09	Segurança/Polícia	18
Política Externa	13	Economia Externa	39	Indígena	00
		Energia	01	Religião	00
				Comportamento	03
				Catástrofes naturais	10
<b>Total</b>	<b>25</b>		<b>49</b>		<b>31</b>

Mais uma vez, repete-se uma tendência observada ao longo do levantamento referente ao *Clarín*: a predominância de temas relativos à economia. Nesse caso, do total, 49 notícias foram incluídas nessa categoria, das quais 39 em economia externa, nove em economia interna e uma em energia. Em Economia, predominaram as notícias relativas à crise da falta de cédulas na Argentina: economia externa; seguidas por matérias relativas aos investimentos nos setores automobilístico e de agropecuária, também referentes a economia externa, pois tratam de exportações; a alta do PIB brasileiro e da inflação no Brasil, economia interna, também são destaque no noticiário. A única notícia de energia é sobre a preocupação do ministro argentino, Macri, com a política energética adotada no Brasil, que provoca influências na Argentina: energia. O avanço dos países emergentes, economia externa, e a desvalorização do Real, economia interna, também foram notícia.

A grande categoria Geral reuniu 31 notícias, divididas em 18 matérias jornalísticas em segurança e polícia, dez em catástrofes naturais, e três em comportamento. Foram registradas matérias jornalísticas sobre a tragédia provocada pela chuva no Rio de Janeiro e em Santa Catarina, ganharam destaque em razão dos sobrevoos da presidente Dilma Rousseff nas regiões afetadas: catástrofes naturais. A ênfase dada é para a precariedade existente, nas áreas mais pobres do Brasil, que vem à tona em situações de ameaças, como a causada pelos impactos da chuva, também classificadas em catástrofes naturais. Em polícia e segurança, registradas 18 notícias, foram incluídas matérias jornalísticas sobre assaltos a turistas argentinos e as ameaças a eles. Em comportamento, para qual foram classificadas três notícias, foram incluídas notícias sobre o desejo de 2 milhões de argentinos que querem morar no Uruguai e a notificação de um caso de argentino com dengue: ambas incluídas na subcategoria comportamento.

Na grande categoria Política foram reunidas 25 matérias, das quais 12 na subcategoria política interna e 13 na subcategoria externa. A notícia sobre a presidente Dilma Rousseff montando sua equipe foi matéria em diferentes datas e com espaços igualmente distintos: política interna. O anúncio da presidente brasileira sobre sua determinação de erradicar a pobreza e dar atenção à economia também ganharam destaque no *Clarín*, política interna. Também houve matérias informando sobre a primeira viagem de Dilma ao exterior, cujo país escolhido foi a Argentina: política externa. A beleza da mulher do vice-presidente brasileiro, Marcela Temer, também ganhou destaque no noticiário, política interna, e a obtenção de passaporte diplomático para o neto do ex-presidente Lula, política interna, também foi notícia.

### **6.1.17 Análise da Tabela III**

Seguindo a análise descritiva do material coletado, no noticiário do *Clarín*, predomina a categoria Economia, na qual foram identificadas 1.147 matérias jornalísticas, seguida por Política, com 750 notícias, no período analisado e, por último, a Geral, com 405. A mesma ordem de frequência ocorre em todos os anos. No ano de 2010, há um equilíbrio maior entre o noticiário de Política e de Economia. Na análise qualitativa, com base em 24 notícias de todas as categorias aqui analisadas, detalhamos o noticiário do *Clarín*.

Tabela III: frequência das publicações por categoria temática

<b>Tabela III: Frequência por Categoria Temática</b>					
<b>Temas</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Total</b>
Economia	88	329	437	293	1.147
Política	126	310	166	148	750
Geral (fait divers: Acidentes naturais, Casos de polícia, Saúde, Educação, Indígenas e Catástrofes Naturais)	89	82	145	89	405

Na categoria Economia predominam as notícias sobre as disputas comerciais e econômicas entre Argentina e Brasil, as negociações entre presidentes, ministros e chanceleres, as informações detalhadas a respeito da economia brasileira, como dados do Banco Central e da taxa de desemprego no Brasil. Aparecem com frequência também questões relativas à indústria brasileira, particularmente sobre o setor automobilístico. A balança comercial do Brasil com a Argentina é tema frequente também. As negociações entre os países do MERCOSUL é tema constante nessa categoria.

Em Política, os assuntos econômicos e políticos se perpassam. A eleição da presidente Dilma Rousseff, em 2010, foi noticiada com abundância, houve ainda comparação com a também mulher presidente da Argentina, Cristina Kirchner. As viagens do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, de 2009 a 2010, ao exterior, são noticiadas com frequência, assim como a intermediação brasileira para a libertação de reféns por parte das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC).

Na categoria Geral, incluímos em *fait divers* – na qual estão os temas relativos a acidentes naturais, casos de polícia, de segurança, saúde, educação, indígenas e catástrofes naturais. Além da tragédia provocada pela chuva, com inundações e desabamentos, gerando mortos e feridos, o *Clarín* publica com frequência elevada os fatos relativos ao Carnaval, exclusivamente no Rio de Janeiro, com detalhes sobre o espetáculo no Sambódromo, as mulheres e seus belos corpos; também o acidente do voo

447 da *Air France*, Rio / Paris, em que morreram 228 pessoas, foi um dos temas mais veiculados pelo *on-line* argentino.

#### **6.1.18 Análise de Dados – *El País***

Como nos casos anteriores, também aqui, nesta etapa da pesquisa, trabalhamos a análise descritiva do *corpus* por nós levantado. No *El País*, Uruguai, o noticiário sobre o Brasil desperta interesse, registrando uma média diária de pelo menos 0,85. a menor, em 2010 e 2011; e de, no máximo, 1,01, em 2012, dado verificável na Tabela II. A média mensal acima resultou em 25,5 matérias jornalísticas, também na Tabela II. O total de matérias publicadas entre janeiro de 2009 a dezembro de 2012 é de 1.322, dado que consta na Tabela I. Em 2012 registrou-se a maior quantidade de matérias jornalísticas publicadas sobre o Brasil: 365, constam da Tabela I. Já 2011 foi o ano que registrou a menor quantidade: 306, dados que também podem ser conferidos na Tabela I.

#### **6.1.19 Análise da Tabela I**

O ano de 2011 registrou 306 notícias, com a menor quantidade, e o de 2012 reuniu 365, o mais profícuo. O ano de 2009 registrou o segundo maior número de matérias jornalísticas: 343 notícias. Em 2010, foram identificadas 308 notícias, a segunda menor quantidade dos 48 meses analisados nesse veículo. No total de quatro anos, foram compiladas 1.322 matérias jornalísticas referentes ao Brasil no veículo *on-line*. Há diferenças entre os meses. Em julho de 2010 houve dez matérias registradas – a menor quantidade entre os meses – e em setembro de 2011 foram identificadas 55 – o maior número. Esse aspecto, especificamente, será analisado a seguir, e pode ser verificado no Gráfico I.

Tabela I: publicações de matérias jornalísticas dos anos 2009 a 2012

<b>Tabela I: Publicações de Matérias Jornalísticas de 2009 a 2012</b>						
<b>Mês</b>	<b>Ano</b>				<b>Total Global</b>	
	2009	2010	2011	2012		
Janeiro	10	30	47	39		
Fevereiro	13	26	18	45		
Março	36	38	20	16		
Abril	18	32	17	21		
Maio	30	24	11	24		
Junho	46	26	27	26		
Julho	32	10	13	28		
Agosto	28	18	17	34		
Setembro	38	20	55	31		
Outubro	20	36	24	29		
Novembro	32	26	30	31		
Dezembro	40	22	27	41		
<b>Total</b>	<b>343</b>	<b>308</b>	<b>306</b>	<b>365</b>		<b>1.322</b>

As variações são frequentes entre os meses. O ano de 2012, no qual foram identificadas 365 notícias, registrando a maior quantidade do período analisado, é marcado por um noticiário político e geral (basicamente internacional). Nesse ano, a presidente Dilma Rousseff substituiu sete ministros por suspeitas de irregularidades na gestão. O assunto é destaque ao longo do ano no *on-line* do *El País*. Também em 2012 houve a destituição do então presidente paraguaio, Fernando Lugo, e os chefes de Estado da região reagiram, suspendendo o Paraguai do MERCOSUL. A iniciativa gerou uma série de notícias sobre o tema. Ainda no noticiário internacional, a discussão sobre a quem pertence o controle das Ilhas Malvinas (Falkland Islands para os britânicos), colocando o Brasil, o Chile e o Uruguai ao lado da Argentina, também foi tema de várias matérias jornalísticas.

Em 2012, tiveram destaque ainda reuniões dos presidentes do Uruguai, José Pepe Mujica, e do Brasil, Dilma Rousseff, assim como do chefe de Estado uruguaio com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. As questões relativas à segurança pública, cuja crise eclodiu com greves de policiais em vários estados também ocuparam

espaço no noticiário do *El País*. O incêndio na Base da Antártida, que matou duas pessoas, foi assunto em várias matérias jornalísticas ao longo do ano. Porém, os assuntos de ordem econômica aparecem em número elevado também, como as medidas protecionistas adotadas pelo Brasil em relação aos produtos importados da Argentina, a alta da inflação e suas consequências, a desaceleração da economia e seus efeitos na indústria brasileira.

O ano de 2011 é o que englobou o menor número de notícias: 306 matérias jornalísticas publicadas nesse período. O *fait divers* ocupou espaço de destaque no noticiário desse ano no *El País*. O *fait divers* representa toda e qualquer notícia que implique no insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos (RABAÇA, BARBOSA, 1987, p.255). O tráfico nas favelas do Rio de Janeiro e o processo de pacificação na cidade, também a revelação de que o caos provocado pela chuva na região serrana fluminense e em Santa Catarina registrou algo que foi considerado o pior desastre natural desde 1990, bem como o tratamento de combate ao câncer do ex-presidente Lula foram notícias veiculadas com repetição pelo veículo *on-line*.

Por outro lado, as matérias jornalísticas referentes às temáticas incluídas nas grandes categorias Política e Economia também se destacaram no noticiário. No caso de Política, o noticiário fixou-se nas denúncias de corrupção envolvendo os ministros demissionários da presidente Dilma Rousseff, encontros da chefe de Estado do Brasil com o presidente do Uruguai, José Pepe Mujica, e a revelação da brasileira de que não tem rancore em relação à ditadura. No noticiário econômico, os destaques foram dados para as negociações entre Brasil e Uruguai na área de televisão digital e os discursos de Dilma Rousseff oferecendo apoio aos europeus que sofriam com os efeitos da crise econômica internacional.

### **6.1.20 Análise da Tabela II**

A exemplo das análises dos *on-line* do *ABC Color* e *Clarín*, na Tabela II logo abaixo foram reunidos os dados gerais para a elaboração das médias mensal e diária por ano. Nessa Tabela foi analisada a frequência do noticiário por mês e ano:

Tabela II: média de frequências de publicação das matérias por mês e ano

<b>Tabela II: Média de Frequências por Mês e Ano</b>				
<b>Média</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Média mensal	28,5	25,6	25,5	30,4
Média diária	0,95	0,85	0,85	1,01

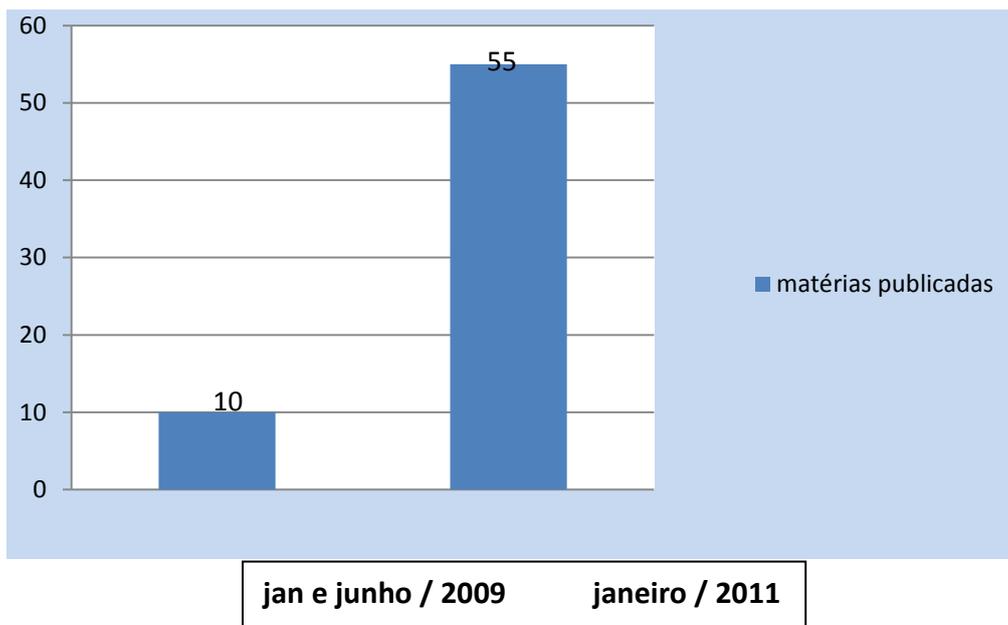
A média mensal mais elevada foi a do ano 2012, com 30,4 matérias publicadas por mês, conseqüentemente a média diária também foi a mais alta: 1,01 matérias jornalísticas publicadas. As médias mais baixas foram identificadas em dois anos distintos: 2010 e 2011. A média mensal contou com 25,6 notícias em 2010, e 25,5 matérias jornalísticas em 2011. A média diária foi de 0,85 notícias. A segunda média geral mais elevada foi registrada em 2009. Nesse ano, a média mensal foi de 28,5 matérias jornalísticas, e a diária, 0,95 notícias.

Com base nas informações apontadas pelos dados, vimos que na versão *on-line* do *El País*, o Brasil é motivo de atenção mensal, mas nem sempre ocorre todos os dias. No veículo *on-line*, assuntos relativos ao Brasil frequentemente ocupam a capa do site, mas isso não significa que o país seja tema diário do noticiário.

Considerando as diferentes médias mensais e diárias, o aspecto comum, que é a média mensal, é superior a 25,5 matérias jornalísticas, e a diária, acima de 0,85 notícias. Apesar de o Brasil não estar na pauta do noticiário *on-line* uruguaio todos os dias, é assunto frequente e contínuo, dado que demonstra preocupação de que seja mantida a discussão.

### **6.1.21 Análise III**

Gráfico I: Ano e Frequência Menor/Maior de Matérias Publicadas



## Análise

Os meses de janeiro de 2009 e julho de 2010 registraram o menor número de matérias jornalísticas no online *El País*. Em ambos, foram localizadas dez notícias. Como houve a mesma incidência em dois meses, decidimos montar tabelas distintas com as subcategorias criadas – Política (política interna e externa); Economia (economia interna e externa); Geral (segurança/polícia; indígena; religião e comportamento). O mês com maior quantidade de notícias publicadas sobre o Brasil no *El País* foi o de janeiro de 2011, em que se reuniu o maior número de matérias jornalísticas: 55. A seguir analisamos as três situações e suas respectivas tabelas.

### 6.1.22 Janeiro de 2009: 10 matérias publicadas

Tabela I: Análise das subcategorias no mês de janeiro de 2009

Política	Qtd.	Economia	Qtd.	Geral	Qtd.
Política Interna	01	Economia Interna	02	Segurança/Polícia	01
Política Externa	00	Economia Externa	04	Indígena	00
		Energia	00	Religião	00
				Comportamento	02
				Catástrofes naturais	00
<b>Total</b>	<b>01</b>		<b>06</b>		<b>03</b>

Em janeiro de 2009, foram publicadas dez matérias jornalísticas referentes ao Brasil, predominando os temas econômicos, com seis notícias; em seguida os relativos à Geral, com três; por último uma única notícia em Política, no caso, política interna.

No noticiário econômico, prevalecem as notícias de economia externa, todas relativas às medidas de exportações e importações, adotadas pelo Brasil em relação aos produtos do Uruguai, incluindo a queda na venda de gado uruguaio e as explicações oficiais de ambos os países – Uruguai e Brasil. Há uma notícia em que o Ministério das Relações Exteriores do Uruguai esclarece as medidas de recuo do Brasil sobre as restrições a 60% dos produtos uruguaio. Em economia interna, foram incluídas as explicações do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva sobre as medidas de recuo e a ausência de carne bovina nos frigoríficos brasileiros.

Em Geral, foram registradas três notícias: uma sobre casos de febre amarela no Brasil, incluída na subcategoria segurança, pois há recomendações de comportamento e cuidados a uruguaio que viajam para cidades brasileiras, e duas em comportamento, relativas à modelo brasileira, vítima de infecção generalizada, que teve pés e mãos amputados, morrendo no dia seguinte. Sobre o estado de saúde da modelo foram publicadas duas matérias jornalísticas: uma sobre a amputação e outra referente à morte.

Na categoria Política, houve apenas uma matéria jornalística incluída na subcategoria política interna: anúncio do presidente Lula sobre ações do governo para o combate à pobreza.

### 6.1.23 Julho de 2010: 10 matérias publicadas

Tabela II: Análise das subcategorias no mês de julho de 2010

Política	Qtd.	Economia	Qtd.	Geral	Qtd.
Política Interna	00	Economia Interna	02	Segurança/Polícia	01
Política Externa	04	Economia Externa	01	Indígena	00
		Energia	00	Religião	00
				Comportamento	02
				Catástrofes naturais	00
<b>Total</b>	<b>04</b>		<b>03</b>		<b>03</b>

Em julho de 2010, foram publicadas no *on-line* do *El País* apenas dez notícias. O levantamento de dados mostra que o noticiário do veículo uruguaio concentrou-se basicamente em matérias jornalísticas, classificadas por nós, em Política, das quais quatro estão em política externa. Em Geral, foram registradas três matérias – sendo duas de comportamento e uma de segurança. Com o mesmo número, houve três notícias de Economia – uma em economia externa e duas em economia interna.

Em Política, prevaleceram as matérias referentes ao conflito político entre Venezuela e Colômbia, no qual o Brasil se ofereceu como mediador. Houve três matérias sobre o tema incluídas por nós na subcategoria política externa. Também em política externa houve a notícia do dissidente cubano que exigiu desculpas do presidente Lula por tê-lo criticado em relação à sua posição política; nessa categoria incluímos ainda uma notícia sobre a proposta de monitoramento, feito em conjunto pelo Uruguai e pela Argentina, do Rio Uruguai na parte do território brasileiro.

Na grande categoria Geral, incluímos duas matérias de comportamento: uma sobre a história de uma uruguaia que se dedica a elaborar projetos de arquitetura para abrigar os sem-teto e as possíveis influências da legalização do casamento homossexual no Uruguai sobre o Brasil. Na subcategoria segurança, incluímos a reação de uma armada sobre um pescador suspeito em território brasileiro.

Em Economia, houve três notícias, das quais o destaque maior foi dado ao investimento do governo federal do Brasil da ordem US\$ 3 milhões para a Copa do Mundo de 2014. Houve ainda duas matérias sobre a relação econômica bilateral Brasil e Uruguai, na subcategoria economia externa, e uma em economia interna sobre a iniciativa do presidente Lula em “frear” a economia brasileira.

#### **6.1.24 Setembro de 2011: 55 matérias publicadas**

O mês de setembro de 2011 foi o que registrou o maior número de notícias sobre o Brasil no *El País*: 55 matérias jornalísticas publicadas. O noticiário nesse mês centra-se basicamente na temática econômica, com 41 notícias, das quais 31 são de economia externa, predominando as divergências comerciais devido à imposição de barreiras entre os três principais parceiros do MERCOSUL – Uruguai, Argentina e Brasil. Em seguida, com uma imensa diferença numérica, vem o noticiário político com oito, prevalecem os temas de política interna, registrando cinco matérias jornalísticas, devido às

manifestações contra a corrupção. Por último, as notícias da categoria Geral, com seis matérias jornalísticas, nas quais predominam aquelas relativas à segurança e política, que somam quatro.

**Tabela III: Análise das subcategorias no mês de setembro de 2011**

<b>Política</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Economia</b>	<b>Qtd.</b>	<b>Geral</b>	<b>Qtd.</b>
<b>Política Interna</b>	05	<b>Economia Interna</b>	10	<b>Segurança/Polícia</b>	04
<b>Política Externa</b>	03	<b>Economia Externa</b>	31	<b>Indígena</b>	00
		<b>Energia</b>	00	<b>Religião</b>	00
				<b>Comportamento</b>	01
				<b>Catástrofes naturais</b>	01
<b>Total</b>	<b>08</b>		<b>41</b>		<b>06</b>

Na grande categoria Economia, houve 31 matérias jornalísticas na subcategoria economia externa: as discussões sobre medidas protecionistas, a adoção de barreiras alfandegárias entre os parceiros do MERCOSUL, as negociações envolvendo o presidente uruguaio, José Pepe Mujica, e a presidente Dilma Rousseff, assim como a alta do dólar e suas consequências se tornaram destaques no noticiário. Em economia interna, foram incluídas dez notícias. Nessa subcategoria, estão uma matéria jornalística em que a presidente Dilma Rousseff admite que há uma crise econômica atingindo o Brasil; notícias sobre a queda da taxa de juros no Brasil; outras sobre as pressões do mercado financeiro sobre a economia brasileira e a expectativa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) para 2012.

Na grande categoria Política, com oito notícias, predominaram as questões de ordem interna – com seis matérias jornalísticas. Nessa subcategoria, estão uma matéria com a análise do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso sobre o cenário político brasileiro; duas matérias relativas às demissões de ministros do governo Dilma por suspeitas de corrupção; duas notícias sobre manifestações contra corrupção. Em política externa, há uma notícia sobre a discussão sobre as forças de paz no Haiti e duas sobre a questão política envolvendo as áreas de fronteira do Brasil com o Uruguai.

Na grande categoria Geral, houve seis registros, dentre os quais predominaram matérias relativas a questões de segurança e política: o Exército ocupando as comunidades no Rio de Janeiro; um acidente de carro com morte, e a decisão do

governo do Brasil em “blindar” a fronteira com o Uruguai na tentativa de conter o crime organizado (anteriormente o tema havia sido discutido em nível político pelos governos de ambos os países, por isso matérias anteriores foram classificadas na subcategoria política externa). Em catástrofes naturais, incluímos a matéria jornalística sobre a área verde que cerca Brasília tomada por incêndios. Em comportamento, houve a notícia de um homem, de 90 anos, que se casou com quatro mulheres e teve 48 filhos.

### 6.1.25 Análise da Tabela III

Pela análise descritiva do material coletado, no noticiário do *El País*, predomina a categoria Geral, na qual foram identificadas 527 matérias jornalísticas, seguidapor Política, com 424 notícias, no período analisado, e, por último, Economia, com 382. A mesma ordem de frequência ocorre em todos os anos. Na análise qualitativa com base em 24 notícias de todas as categorias aqui analisadas detalhamos o noticiário do *El País*.

Tabela III: frequência das publicações por categoria temática

Tabela III: Frequência por Categoria Temática					
Temas	2009	2010	2011	2012	Total
Economia	77	76	118	111	382
Política	60	120	88	156	424
Geral ( <i>fait divers</i> : Acidentes naturais, Casos de polícia, Saúde, Educação, Indígenas e Catástrofes Naturais)	216	112	100	99	527

Na categoria Geral, incluímos em *fait divers* – na qual estão os temas relativos a acidentes naturais, casos de polícia, saúde, educação, indígenas e catástrofes naturais. Os temas que prevaleceram ao longo da análise foram a gripe suína e as medidas adotadas pelo Brasil, assim como o risco de contaminação na região e o Carnaval no

Rio de Janeiro – as escolas de samba e o ritmo do país [...]. Houve, ainda, várias matérias jornalísticas sobre o massacre em uma escola pública em Realengo, no Rio de Janeiro, em 2011, quando um jovem atirador invadiu o local, crime que resultou em 11 pessoas mortas e 22 feridas.

Em Política, os assuntos econômicos e políticos se perpassam, a linha condutora é o MERCOSUL e as questões relativas ao bloco. Também houve várias matérias jornalísticas sobre o abrigo do presidente deposto de Honduras, Manuel Zelaya, na Embaixada do Brasil; a popularidade do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o perfil da presidente Dilma Rousseff, assim como seu modo de governar. Denúncias de corrupção envolvendo os dois governantes brasileiros também foram bastante veiculadas. O julgamento do chamado “Mensalão”, as reuniões entre os presidentes José Pepe Mujica, Dilma e Lula foram também temas constantes.

Na categoria Economia predominam as notícias sobre os negócios que envolvem o setor leiteiro e o de frango, assim como o de carne bovina. A balança comercial do Brasil é tema frequente também. As negociações entre os países do MERCOSUL é outro assunto constante nessa categoria. Os apagões no Brasil e o preço da energia também são temas largamente veiculados pelo *El País*.

## **6.2 Análise Qualitativa – 72 matérias jornalísticas nos três veículos online**

Nesta etapa da pesquisa foram selecionadas 24 notícias em cada um dos três veículos *on-line* aqui analisados. As matérias jornalísticas foram escolhidas tomando como referência a predominância dos grupos temáticos por ano. Para manter uma sequência, optamos por seis matérias jornalísticas a cada 12 meses, na busca por um equilíbrio no período analisado – de 2009 a 2012. A matéria jornalística e seu endereço *on-line* estão inseridos em cada análise, facilitando assim a visualização. Na análise, destacam-se o título e o texto. O total de 72 notícias foi obtido porque foram escolhidas 24 matérias jornalísticas por veículo, alcançando dessa maneira o número total.

### 6.2.1 *El País*

As seis primeiras notícias selecionadas são de 2009, ea quantidade é a mesma em 2010, 2011 e 2012, os dados da Tabela assim demonstram. As matérias jornalísticas do *El País on-line* têm, em média, 25 linhas, porémesse número varia conforme o tema. As maiores aqui selecionadas são referentes à suspensão do Paraguai do MERCOSUL, em junho de 2011, e ao Carnaval do Rio de Janeiro. As notícias foram escolhidas para a análise qualitativa tomando como base a frequência com que os temas surgiram no levantamento descritivo feito na etapa anterior. É o veículo que mantém um equilíbrio maior no uso de fotografias. Das 24 notícias selecionadas, em 13 não há publicação de fotografia. Em 11, há fotos.

Nesse veículo *on-line*, na categorização das notícias, durante o trabalho de análise descritiva do *corpus*, prevaleceram as matérias jornalísticas da categoria Geral. Das 1.322 compiladas, 527 foram incluídas em Geral, 424 em Política, e 382 em Economia.

Tabela: Origem da Produção

Tabela: Origem da Produção				
24 notícias	Agências de Notícias (AFP, AP, EFE e Ansa)	Redação	Repórter	Correspondente
	13	09	02	00

A tabela de Origem da Produção diz respeito às 24 notícias aqui analisadas qualitativamente. Desse total, 13 são originais de agências de notícias internacionais – *Agence France-Presse* (AFP), *Associated Press* (AP) e *Ansa*. Duas matérias jornalísticas foram escritas por jornalistas enviados ao local. Nove notícias foram elaboradas pela própria redação do veículo que assina *El País Digital* e não há matérias de correspondentes. Também foram identificadas situações em que o material produzido por duas a três agências noticiosas foi transformado em notícia publicada.



## 1. Uruguai ou Paraguai? No

Brasil, é o mesmo

<http://historico.elpais.com.uy/0>

[90317/ultmo-](http://historico.elpais.com.uy/090317/ultmo-)

[405144/ultimomomento/%C2%](http://historico.elpais.com.uy/090317/ultmo-405144/ultimomomento/%C2%BFuruguay-o-paraguay-en-brasil-es-lo-mismo/)

[BFuruguay-o-paraguay-en-](http://historico.elpais.com.uy/090317/ultmo-405144/ultimomomento/%C2%BFuruguay-o-paraguay-en-brasil-es-lo-mismo/)

[brasil-es-lo-mismo/](http://historico.elpais.com.uy/090317/ultmo-405144/ultimomomento/%C2%BFuruguay-o-paraguay-en-brasil-es-lo-mismo/)

A notícia foi publicada em 17 de março de 2009, às 07h29. Em sete parágrafos curtos, contendo um total de 24 linhas, sem foto, a matéria

jornalística cuja origem é da *Agence France-Presse* (AFP) – agência de notícias francesa e uma das três maiores do mundo –, reproduz conteúdo publicado na Folha de S. Paulo. A notícia relata o erro geográfico de um livro, distribuído nas escolas públicas do estado de S. Paulo, para adolescentes de 12 e 13 anos. No mapa do livro, segundo a notícia, o Uruguai foi colocado no lugar do Paraguai, o Equador é excluído, e parte da Colômbia desapareceu. Não há entrevistados locais, apenas a reprodução da matéria jornalística da Folha de S. Paulo. Os acréscimos inseridos pelo veículo *on-line* uruguaio são de ordem irônica: “Erro Geográfico”.

Essa notícia foi incluída por nós na categoria Geral, pois se trata de um tema referido à educação. Também está em *fait divers*. Aqui consideramos que o *fait divers* é, segundo Barthes (1964, p. 188), uma ideia que traz em si uma carga de interesse humano, de curiosidade e até de raridade, gerando sensações e impressões.

Para analisar os valores-notícia da notícia acima bem como para as demais, a base teórica comum de referência será Traquina (2005). Podemos então inferir que, nesse caso, os valores-notícia que prevalecem são: o da significância; o assunto é relevante, pois demonstra a ignorância sobre a região, o inesperado, algo fora do cotidiano; a referência, pelo fato de se tratar do estado de São Paulo, o mais rico do Brasil, portanto supõe-se mais desenvolvido, em que, no entanto, as autoridades responsáveis acabam por cometer erro inadmissível, como se pode conferir no texto.

A notícia é construída de tal modo que leva o leitor a interpretar que houve descaso de autoridades em educação em relação aos países vizinhos: confunde-se

Paraguai com Uruguai, deixa-se de lado o Equador e ignora-se parte da Colômbia. As explicações da Secretaria de Educação do estado de São Paulo estão nos últimos dois parágrafos da notícia, comumente chamados de “pé da matéria” – ou seja, ao final do texto. Com apoio nos estudos de Reese, (2001, p. 07), entendemos que a maneira como o texto analisado foi construído, utilizando a expressão irônica “Erro Geográfico”, no alto da página, demonstra que, ao organizar o conteúdo e modelar o acontecimento, induz a uma interpretação para o leitor sobre o modo como o Brasil observa os demais países a seu redor. Implicitamente, o texto é construído para levar o leitor a compreender que há um certo descaso do Brasil em relação aos vizinhos.

The screenshot shows the website 'EL PAIS' with a navigation bar at the top. The main headline reads 'Obama dice que Lula tiene mayor popularidad mundial'. The article text includes: 'El presidente estadounidense Barack Obama, que goza de gran popularidad mundial, afirmó el jueves que él no es el político más admirado en todo el mundo, y que ese título le pertenece al mandatario de Brasil. Durante un almuerzo en la cumbre del Grupo de los 20 en Londres, Obama saludó con un efusivo estrechón de manos a su homólogo brasileño Luiz Inacio Lula da Silva y dijo: "Este es mi ídolo. Le tengo gran admiración". Silva, que no habla inglés, le escuchaba con atención y parecía deleitarse con los comentarios que le traducía un intérprete, mientras estrechaba la mano extendida de Obama, con sus dos manos. Obama dijo después de su comentario que Silva es "el político más popular sobre la Tierra", y eso se debe a que "es muy simpático". Los comentarios de Obama fueron transmitidos por la televisión brasileña y sitios cibernéticos con el idioma original en inglés y con subtítulos portugueses. Poco después Lula respondió a los elogios de Obama. "Yo soy fan de Obama", bromeó Lula durante una rueda de prensa en el consulado brasileño en Londres. "Ha sido un gesto muy gentil por su parte", añadió sobre el comentario. "pero soy muy consciente de la importancia de mi tamaño y de la importancia de su tamaño". AP El País Digital

## 2.Obama diz que Lula tem maior popularidade mundial

<http://historico.elpais.com.uy/090402/ultmo-408608/ultimomomento/obama-dice-que-lula-tiene-mayor-popularidad-mundial/>

A notícia foi publicada em 02 de abril de 2009, às 07h24. Em sete

parágrafos curtos, no total de 20 linhas, sem foto, a matéria jornalística tem como autora a agência de notícias norte-americana *Associated Press* (AP), informando que o acontecimento gerou noticiário nas principais emissoras de televisão do Brasil, que reproduziram o diálogo com tradução escrita em português, assim comotambém os veículos *on-line* em português publicaram a notícia. A matéria jornalística foi incluída na grande categoria Política.

A notícia relata os elogios feitos pelo presidente norte-americano, Barack Obama, que “desfruta de grande popularidade mundial”, ao presidente Luiz Inácio Lula da Silva, durante a Cúpula do G20 (que reúne as 20 maiores economias mundiais), em Londres, no Reino Unido. No diálogo, Obama estende a mão para Lula e diz: “É meu ídolo. Tenho muita admiração por você”, afirmou o norte-americano. “É o político mais popular sobre a Terra”, completou Obama.

Consta também informação de que Lula, que “não fala inglês”, acompanhou os elogios por um intérprete e reagiu com sorrisos e agradecimentos, aparentemente modestos. “Sou um fã de Obama”, afirmou Lula, em tom de piada, diz o texto. “Foi um gesto muito gentil da parte dele, mas sou consciente do meu tamanho e da importância que tenho”. Matérias jornalísticas semelhantes foram publicadas amplamente pelo veículo *on-line*, informando sobre o destaque político de Lula no cenário mundial e sua popularidade no Brasil. Baseando-nos também, como já anunciado, nos estudos de Traquina (2005, p.30), percebemos que os valores-notícia aqui identificados são: a amplitude, pois envolve um grande evento internacional, a cúpula dos países mais ricos do mundo, bem como a referência de elite, uma vez que os dois personagens centrais têm reconhecimento público e mundial.

Compreendemos que houve também uma tentativa implícita de demonstrar a suposta “ignorância” do governante brasileiro ao descrevê-lo como alguém que não domina o idioma inglês, mas “acompanhou” os elogios de forma a admirar o que ouvia. Atitude semelhante à adotada por aqueles que desconhecem um assunto, mas insistem em tentar entender seu conteúdo. Identificamos aqui situação que se configura em um olhar estrangeiro sobre o outro, à semelhança do que nos aponta Pessanha (1989, p.149), é o olhar do estrangeiro sobre o outro, de acordo com o campo imaginário criado por cada um.

Goffman (1974, p.10) ressalta que o enquadramento, no caso também de matéria jornalística, sustenta-se no modo como se organiza o relato. Nesse texto, Lula é descrito como um observador atento, mas que depende de um tradutor para ajudá-lo, indicando dependência de terceiros e pouca autonomia para um governante político. Todd Gitlin (1980, p. 6-7) salienta que os enquadramentos são “princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante”. Portanto, em 20 linhas, é possível interpretar que Obama elogia Lula, que, por sua vez, precisa de terceiros para compreender frases simples ditas em inglês, um idioma considerado global.

The screenshot shows the El País website interface. At the top, it displays the date 'Lunes 27.04.2009, 13:16' and the location 'Montevideo, Uruguay'. The main navigation bar includes categories like 'Información', 'Opinión', 'Deportes', 'Suplementos', 'Servicios', 'Ocio', 'Especiales', 'Clasificados', 'Shopping', and 'Blogs'. The article title is 'Los casos confirmados y los sospechosos de gripe porcina en el mundo'. The text begins with 'La gripe porcina, que causó 103 muertos en México (20 confirmados), se extendió al resto del mundo con casos confirmados en Estados Unidos, Canadá y España y sospechosos en Brasil, Colombia, Nueva Zelanda, Israel, Australia, Suiza, Italia y Suecia.' The article is organized into sections for different countries: ESTADOS UNIDOS, CANADÁ, ESPAÑA, BRASIL, COLOMBIA, SUÍZA, DINAMARCA, GRAN BRETAÑA, NUEVA ZELANDA, ISRAEL, SUECIA, and HONG KONG. On the right side, there are sections for 'Notas Relacionadas' and 'Otras notas de Último Momento'.

### 3.Casos confirmados e suspeitos de gripe suína no mundo

<http://historico.elpais.com.uy/090427/ultmo-413567/ultimomomento/los-casos-confirmados-y-los-sospechosos-de-gripe-porcina-en-el-mundo/>

Publicada em 27 de abril de 2009, às 10h05. A matéria jornalística tem 17 parágrafos, distribuídos em 57 linhas, sem foto, assinada por *El País* digital, o que no jargão jornalístico significa que o material utilizado para a

elaboração da notícia é oriundo de mais de uma agência de notícias e compilado pelos jornalistas na redação. Considerando as demais notícias do veículo *on-line* uruguaio, é uma matéria jornalística grande, mas não há fotografia ilustrando-a. A notícia relata a situação como alguns países registram a ocorrência de casos da gripe suína. A notícia foi classificada na categoria de Geral por se tratar de um tema relativo à saúde.

A preocupação com a gripe suína é assunto recorrente no noticiário do veículo. A notícia então tratada é a mais completa, pois discorre sobre episódios isolados: no México, nos Estados Unidos, no Brasil, na Colômbia, na Suíça, na Dinamarca, na Nova Zelândia, em Israel, na Suécia e em Hong Kong. Ao referenciar o Brasil, o relato se resume a um único caso: um homem, de 24 anos, foi internado após apresentar sintomas da doença. Segundo a notícia, o paciente passou pelo México antes de retornar ao Brasil.

O texto é basicamente informativo, e relata que a doença causou 103 mortes no México e que se estende pela região. A atenção redobrada com a gripe suína, mesmo sem referência direta com o Uruguai, está presente entre as prioridades do veículo,

considerando a importância dada ao tema. Mas por que não citar outros países em que o assunto também é preocupação?

A notícia foi classificada por nós em Geral, em *fait divers*, pois se trata de uma matéria jornalística sobre saúde. Para Dejavitte (2001/sem número), o *fait divers* é uma notícia não classificada dentro de um catálogo mundialmente conhecido (políticas, economia, guerras, espetáculos, ciências...), representando uma informação análoga a “todos os fatos excepcionais ou insignificantes, breve, aquele que normalmente é classificado abaixo da categoria de variedades”.

A origem dessa notícia é o *El País* digital – trabalho feito por jornalistas de redação que consiste na compilação de material jornalístico de várias fontes. Em seus estudos, Motta (1995) adverte que processos assim são oriundos do resultado de uma complexa rede de relações organizacionais, econômicas e culturais, uma vez que várias agências podem ter atuado para a elaboração do produto, além dos profissionais de redação do veículo *on-line* uruguaio.

Ao analisarmos os valores-notícia aqui aplicados, constatamos: a continuidade, uma vez que o tema é recorrente no noticiário; a amplitude, pois compara a incidência da doença em vários países, inclusive no Brasil; a significância, considerando que é um assunto de preocupação em vários países; referência a nações de elite, pois cita também países desenvolvidos, como a Nova Zelândia, além dos que estão em desenvolvimento e, por fim, a negatividade, considerando que o alarme sobre a doença foi dado e os casos ainda ocorrem.

The screenshot shows the El País digital portal interface. At the top, there's a navigation bar with 'PORTAL DIGITAL EL PAÍS' and various utility links like 'Inicio', 'Último momento', 'Edición impresa', 'Edición exterior', 'In English', and 'Contacto'. Below that, there's a search bar and a main navigation menu with categories like 'Información', 'Opinión', 'Deportes', 'Suplementos', 'Servicios', 'Ocio', 'Especials', 'Clasificados', 'Shopping', 'Blog', 'EL PAÍS', 'Inicio', 'En El País', and 'Reportaje'. The main content area features a 'Último Momento' section with the headline 'Informan nacionalidades; descartan presencia de uruguayos'. To the right of the headline is a photograph of an Air France aircraft. Below the headline, there's a sub-headline 'Aeroplano desaparecido' and a short introductory paragraph. Further down, there are several paragraphs of text, a 'Notas Relacionadas' section with links to related articles, and an 'Otras notas de Último Momento' section with more links. At the bottom, there's a small box with the text 'No salgas a la calle sin saber de qué se habla...' and another link 'Internacional | Sigue la búsqueda de avión de Air France'.

**4. Avião desaparecido: Informam nacionalidades, descartam presença de uruguayos**  
<http://historico.elpais.com.uy/09060>

[1/ultmo-420654/ultimomomento/informan-nacionalidades-descartan-presencia-de-uruguayos/](http://historico.elpais.com.uy/09060)

Publicada em 1º de junho de 2009, às 10h41. A notícia é assinada pelo *El País* digital com base em várias agências de notícias,

sem foto. O texto contém 12 parágrafos em um total de 31 linhas. Relata a busca pelos desaparecidos do voo 447 da *Air France*, que saiu do Rio com destino a Paris, com 228 pessoas, e caiu no mar. A imagem que ilustra a notícia é de uma aeronave da companhia aérea francesa, não esclarecendo se é exatamente do avião que caiu em alto-mar. A matéria jornalística foi categorizada por nós em Geral e em *fait divers*, pois se trata de um tema de acidente com repercussões sociais. O assunto gerou várias matérias jornalísticas no veículo *on-line*, essa aqui selecionada é uma das mais longas.

A notícia relata detalhes do acidente que envolveu um bebê e sete crianças. Segundo a notícia, havia pessoas de distintas nacionalidades: 61 franceses, 26 alemães, nove italianos, dois norte-americanos, nove chineses, quatro húngaros, dois espanhóis, cinco britânicos, dois marroquinos, três irlandeses e nenhum uruguaio. A única interferência externa do veículo *on-line* uruguaio, sem sustentar-se nas agências internacionais de notícias, foi a consulta, sem sucesso, como descreve o texto, à “filial uruguaia da *Air France*” que não respondeu às perguntas do *El País*. No restante, o texto indica ser resultado de uma construção conjunta de uma série de informações compiladas pela redação do *on-line*, como esclarece ao final da página “com base em agências de notícias”.

Surpreendente é o décimo parágrafo, no qual constam informações de que Pedro Luís de Orleans e Bragança, descendente de D. Pedro II, segundo a emissora de televisão Globo, estava no voo. Não houve o cuidado de checar informação com fontes oficiais, como a empresa aérea, a Polícia Federal ou mesmo fontes familiares de Orleans

e Bragança. A informação indica que a notícia é veiculada, mas nem sempre passa por um processo de checagem. Basta, no caso, a transmissão da informação por uma agência de notícia ou, no caso, uma emissora de televisão.

Ainda referendadas pelas leituras feitas, podemos afirmar que os valores-notícias aqui empregados são: a amplitude, pois o assunto gera comoção internacional devido à extensão do acidente; a significância, dada a importância do tema; o inesperado, afinal acidentes aéreos causam surpresa por ser um sistema de transporte seguro e que, no caso, envolve uma empresa conceituada, como a *Air France*.

No caso, o *gates*, composto pelos responsáveis pela escolha das matérias jornalísticas, aqui são os jornalistas do *El País* digital que compilaram e selecionaram as notícias oriundas de várias fontes para a elaboração do texto final publicado no veículo *on-line*. Em relação a esse tipo de ação que é decisória, White (1993, p.151) ressalta que a comunicação das notícias é subjetiva, pois o "conjunto de experiências, atitudes e expectativas" do "porteiro" interfere em suas decisões. A subjetividade, segundo o autor, influi mais na explicação a

respeito da decisão do que no processo em si. Essa análise fica clara na referida notícia.

## 5. Mais travas para o setor leiteiro

<http://historico.elpais.com.uy/090731/ultmo-432962/ultimomomento/mas-trabas-para-el-sector-lechero/>

Publicada em 31 de julho de 2009, às 11h. A notícia tem 18 parágrafos, dispostos em 48 linhas, com foto. A notícia é ilustrada por uma foto que é aparentemente de arquivo e que não apresenta nada de especial, desempenhando apenas a

The screenshot shows the top navigation bar of the El País website with the date 'Viernes 31 07 2009 17:19 hs | Montevideo, Uruguay'. The main headline is 'Más trabas para el sector lechero'. The article text discusses the impact of Chilean export restrictions on the Uruguayan dairy sector, mentioning a 46% drop in exports and a price of \$1.20 per liter. It also notes that Chilean officials are demanding a 31.5% price increase for dairy products. A photo of a person in a white coat is visible on the right side of the article. The bottom of the page features a search bar and social media links.

função ilustrativa. O texto é assinado por *El País* digital, indicando que é resultado da compilação de diferentes fontes de informação, que podem ser agências de notícias estrangeiras e nacionais, além de fontes oficiais em *off* – sem que a fonte apareça. A matéria foi incluída por nós na categoria Economia.

O assunto é de importância elevada para os uruguaios, pois o Uruguai é um dos maiores produtores e exportadores de leite da região, e ocupa espaço frequente no noticiário econômico do *El País on-line*. A notícia relata as dificuldades em incrementar as vendas devido às barreiras comerciais em vários países, principalmente o Chile e a Argentina, além do fato de estarem o Brasil e a Venezuela com sua economia paralisada. No texto, há informações sobre os dados econômicos envolvendo o assunto: de 1º de janeiro a 28 de julho daquele ano foram exportados US\$ 193,5 milhões de lácteos. Do total, US\$ 45,6 milhões para o Brasil (24%), US\$ 33,1 milhões para a Venezuela (17%), US\$ 5,7 milhões para o Chile (3%) e US\$ 3,6 milhões para a Argélia (2%). Uma fotografia de arquivo, de embalagens de leite, ilustra a notícia.

Também valendo-nos de Traquina (2005, p. 69-70), verificamos que para a seleção e construção da matéria jornalística foram considerados os seguintes valores-notícia: a amplitude do fato, o mercado leiteiro é fundamental para a economia uruguia; a significância do assunto, pois a economia depende de forma significativa deste setor; a continuidade, pois a falta de solução imediata para o impasse das barreiras e da paralisia econômica causa prejuízos diários ao país; a referência indireta à elite – os empresários do setor estão preocupados com os dias que se seguem.

O *newsmaking*, o modo de selecionar, produzir e veicular a notícia, nesse caso é conduzido por um conjunto de jornalistas não só do *El País*, como de outros órgãos, pois houve a compilação de material jornalístico de várias agências, de acordo com o que apresenta a prática jornalística ao descrever a origem como *El País* digital. Na prática, a notícia foi produzida pela redação do veículo *on-line* pelos jornalistas que compilaram o material oriundo das agências noticiosas. A partir desse movimento foi organizada uma rede complexa cultural na elaboração da notícia. Jorge (2013, p. 114-115), ao tratar da observação dos processos de produção da notícia, faz um alerta sobre cuidados considerados necessários: o jornalismo não é o espelho do real, é a construção a partir de dados da realidade. No trabalho de elaboração de enunciados os jornalistas produzem notícias, que são uma espécie de discurso a partir de operações e pressões sociais.

No caso dessa notícia, os “portões” selecionadores foram os vários jornalistas – do *El País* digital e das agências de notícias – envolvidos na produção da matéria jornalística. Vale dar ênfase ao que propõe White (1993, p.149): “O processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”.

O enquadramento, que se refere à organização da construção da notícia, é a dificuldade para a economia do Uruguai a partir das medidas protecionistas, adotadas pelo Chile, e a paralisação das economias do Brasil e da Venezuela. O Uruguai é o centro das preocupações, não há busca de compreensão sobre o porquê das iniciativas do Chile nem detalhes sobre as dificuldades vividas no Brasil e na Venezuela. Leal (2011, p.01) ressalta que o “recorte” no fato leva as pessoas a verem apenas parte da realidade, e não sua totalidade.

The screenshot shows the El País website interface. At the top, there's a navigation bar with 'PORTAL DIGITAL' and 'EL PAIS' logos. Below it, there's a search bar and a menu with categories like 'Información', 'Suplementos', 'Servicios', 'Ocio', 'Especiales', 'Clasificados', 'Shopping', and 'Blogs'. The main content area features a large photo of Manuel Zelaya with the caption 'Foto: AFP'. The article title is 'Zelaya esta en la embajada de Brasil'. The text below the title describes the president's location and the political situation in Honduras. To the right of the main text, there are sections for 'Otras notas de Último Momento' and 'No salgas a la calle sin saber de qué se habla...'. The 'Otras notas' section lists various news items with small icons. The 'No salgas a la calle' section provides more details about the political events.

## 6. Zelaya está na embaixada do Brasil

<http://historico.elpais.com.uy/090921/ultimo-443337/ultimomomento/zelaya-esta-en-la-embajada-de-brasil/>

Publicada em 21 de setembro de 2009, às 11h18. Em 22 parágrafos, dispostos em 55 linhas, com foto do tipo 3 x 4 – jargão jornalístico para referir uma fotografia que é apenas um retrato do rosto do personagem, no caso o presidente deposto de Honduras, Manuel Zelaya. A notícia é assinada por *El País* digital,

indicando, mais uma vez, como se entende na prática jornalística, que o texto é resultado da compilação de material coletado de várias agências noticiosas – agências de notícias nacionais e internacionais, além da possibilidade de fontes oficiais em *off*.

No texto, há referência a uma chamada telefônica da *Associated Press* (AP) à embaixada brasileira, no segundo parágrafo, informando que a interlocutora que atendeu ao telefone, uma mulher, disse apenas que não havia visto Zelaya.

A matéria jornalística relata a presença do presidente deposto de Honduras na Embaixada do Brasil, em Tegucigalpa (capital de Honduras), após ser retirado do poder por integrantes das Forças Armadas, do Judiciário e do Legislativo. Zelaya ficou por quase quatro meses abrigado na representação brasileira, período em que transformou o local em palanque político, gerando polêmicas – com críticas e apoios diversos. A notícia foi categorizada por nós em Política. Houve várias matérias jornalísticas sobre o assunto até a saída do político da representação brasileira.

O texto diz que Zelaya afirmou a jornalistas de Honduras que conta com o apoio de líderes políticos da região e que aguardava a “chamada telefônica de Lula da Silva”, referindo-se ao presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva, para decidir sobre seu futuro. O governo do presidente do Uruguai, José Pepe Mujica, a exemplo do Brasil, apoiou Zelaya e sustentou o argumento que houve golpe de Estado em Honduras, como relata a notícia. Porém, a notícia não inclui entrevistas em *on* (quando a fonte aparece) de autoridades brasileiras e uruguaias sobre o episódio.

O modo de produzir a notícia, o *newsmaking*, nesse caso é conduzido por mais de um jornalista não só do *El País*, como de outros órgãos, pois houve a compilação de material jornalístico de várias agências noticiosas. Essa é a interpretação que fazemos, pois a prática jornalística indica que, ao descrever a origem como *El País* digital, isso significa que os jornalistas da redação trabalham apoiados em material oriundo das agências noticiosas. Interpretamos, assim, que foi então organizada uma rede complexa cultural na elaboração da notícia. Reese (2001, p.07) afirma que o enquadramento se refere ao modo como os eventos são organizados e fazem sentido. A organização, diz o autor, é que responde de forma precisa como os temas são construídos, os discursos estruturados e os significados desenvolvidos. Para ele, essa organização é que estrutura o mundo social.

Os “*Gates*”, que atuam como filtros da notícia, foram os vários jornalistas – do *El País* digital e das agências de notícias – envolvidos na produção da matéria jornalística. Mais uma vez destacamos o que nos indica White (1993, p. 149): “O processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de

juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”

Os valores-notícia aqui empregados são: a amplitude, já que o tema diz respeito à comunidade internacional pois há suspeitas de um golpe de Estado em Honduras; significância, pela relevância do assunto; continuidade, pois há indicações que o assunto não se esgotará de forma breve; referência à elite, pois no caso o presidente deposto está abrigado na representação diplomática brasileira.

## 7. Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta

<http://historico.elpais.com.uy/100102/pciud-a-463171/informe/sin-ritmo-de-samba-pero-haciendose-notar-los-brasilenos-copan-punta/>

Publicada em 02 de janeiro de 2010, às 11h45, com 55 parágrafos dispostos em 108 linhas. É uma matéria longa para os padrões do veículo. A matéria jornalística é assinada por dois repórteres, Vivian Ruggero e Freddy Fernández, e é ilustrada por quatro fotografias, nas quais a Bandeira do Brasil aparece em três delas – na cadeira da moça que toma sol, na camiseta de um homem que está caminhando e atrás de um casal –, além de uma delas apresentar mulheres de biquíni. A matéria foi por nós classificada na categoria Geral, em *fait divers*, pois tem um conteúdo inesperado e de diversão.

A notícia relata a “invasão” de 224.043 brasileiros nas praias uruguaias, particularmente a mais famosa delas, Punta del Este, informando sobre os hábitos e opiniões. Há várias entrevistas do tipo povo-fala, em que são tomados

depoimentos de cidadãos à revelia, sobre o tema. No caso, a razão que motiva os brasileiros a ir para a praia no Uruguai. No texto, há relatos de comerciantes que contam que os brasileiros “gastam mais do que os europeus e argentinos com comida”. Segundo os comerciantes, os brasileiros comem quatro refeições, apreciam camarões, sucos, sorvetes e colocam “gelo” na cerveja. Em média, os brasileiros gastam US\$ 93 por dia, mas reclamam dos preços elevados.

Os repórteres usam fontes oficiais para apresentar os dados, como a Direção Nacional de Migração, e colocam as entrevistas em *on* (revelando as fontes). Na notícia não há fontes em *off* (quando a fonte é mantida sob sigilo), na qual o entrevistado não é revelado. Implicitamente, o mito do brasileiro cordial está presente. Nos relatos dos comerciantes, quando se referem à abundância e exuberância dos brasileiros, com simpatia e disposição, isso confirma o perfil baseado em ideias do senso comum que se tem sobre os brasileiros. Também há uma referência subliminar ao samba – ritmo da música brasileira para a maioria dos estrangeiros –, porém, na matéria nada se diz a respeito.

A notícia foi categorizada em Geral, em *fait divers*. Barthes (1964, p. 188-189) cunhou a expressão *fait divers* definindo-a como um signo que traz uma carga de interesse humano: curiosidades, fantasias, impacto, raridade, humor, espetáculo, aquilo que provoca sensações e impressões, gerando reações e quebrando a rotina. Essa é uma matéria jornalística que detalha o que considera o “estilo de vida brasileiro”.

Diferentemente da maioria das matérias do *El País*, nesse caso houve o envio de dois repórteres para a apuração/produção da notícia. Entendemos que a participação direta dos profissionais na elaboração da matéria, mesmo com aparentes equívocos de interpretação, é positiva, pois denota um olhar diferenciado e a possibilidade de reunir mais informações, assim como opiniões e posições distintas. Nessa matéria jornalística, a abordagem com várias opiniões demonstra isso. Os “portões” da notícia, nesse caso, são os dois repórteres enviados para a apuração da matéria. Eles selecionaram e produziram o material jornalístico.

Os valores-notícia então identificados são: a frequência, pois tem se tornado usual a busca de turistas brasileiros para as praias uruguaias; o inesperado, considerando que o Brasil é o país cuja costa é referência internacional; a continuidade, porque não é um assunto que se esgota em uma única matéria jornalística.

## Dilma Rousseff, primeira mulher a governar o Brasil

<http://historico.elpais.com.uy/101031/ultimo-525562/ultimomomento/dilma-rousseff-primeira-mujer-en-gobernar-brasil/>

Publicada em 31 de outubro de 2010, às 12h10, com 22 parágrafos, dispostos em 57 linhas. É uma matéria jornalística grande para os padrões do veículo - cuja média fica em torno de 30 linhas. A notícia é produzida pela *Agence France-Presse* (AFP). Há quatro fotografias: duas em que Dilma Rousseff aparece comemorando a vitória nas eleições presidenciais e duas de populares simpáticos que também celebram o resultado das urnas. A notícia reúne um perfil sobre a presidente, de 62 anos, que venceu José Serra (PSDB), obtendo 56% dos votos, as reações dos brasileiros, e a vitória do PT no Distrito Federal e em outros sete estados. Categorizamos essa matéria em Política.

O texto destaca o discurso da presidente do Brasil, Dilma Rousseff, comprometendo-se a “erradicar a pobreza e buscar um país mais igualitário”. Apesar de o título destacar o fato de Dilma ser a primeira mulher a governar o Brasil, não há menções no texto, nem referências à candidatura de Marina Silva (PV), que também concorreu à Presidência da República em 2010. As notícias sobre a disputa presidencial no Brasil, assim como as eleições nos estados, predominaram no noticiário político de 2010.

Analisando o texto com auxílio da teoria do *newsmaking*, é necessário verificar que essa notícia foi produzida pela agência AFP; isso sugere que é fundamental considerar o alerta de Jorge (2013, p. 114-115), que afirma ser preciso ter alguns

The screenshot shows the top of the EL PAIS website. The main headline is "Dilma Rousseff, primera mujer en gobernar Brasil". Below the headline, there are several paragraphs of text, interspersed with small photographs of Dilma Rousseff and supporters. The text discusses her victory over José Serra and her initial promises. On the right side, there are sections for "Notas Relacionadas" (Related Notes) and "Noticias Recomendadas" (Recommended News), each with a list of links to other articles. The bottom of the page shows a navigation bar with various categories like "Información", "Opinión", "Deportes", etc.

cuidados ao observar os processos de produção da notícia, pois o jornalismo não é o espelho do real, é a construção a partir de dados da realidade. Não havia um jornalista do *El País* no local onde a presidente Dilma Rousseff discursou para acompanhar o que foi dito e então interpretar o dado. Os “*Gates*”, profissionais que selecionaram e produziram a notícia, são os jornalistas da agência internacional.

Os valores-notícia aqui identificados são: a frequência, considerando que há uma frequência alta relativa às questões sobre a disputa política no governo da presidente Dilma Rousseff; a amplitude, considerando que a política no Brasil repercute não só na região, mas também no cenário internacional; a significância, pois é a vitória da candidata governista sobre a oposição; a continuidade, visto que o tema deverá ter desdobramentos no futuro, como o próprio tempo indicaria; há, ainda, a referência à elite, uma vez que se trata da presidente da República do Brasil e seus adversários.



## 9. Uruguai priorizará relação com Brasil e Argentina

<http://historico.elpais.com.uy/100218/ultimo-471991/ultimomomento/uruguay-et-priorizara-relacion-con-brasil-y-argentina/>

Publicada em 18 de fevereiro de 2010, às 12h41, em 10 parágrafos, reunidos em 35 linhas. É uma matéria jornalística de tamanho médio para os padrões do veículo, sem foto. Foi por

nós categorizada em Economia. A notícia é da Ansa, que é uma agência de notícias italiana, apesar de constar como fonte oficial o nome do futuro chanceler argentino Luis Almagro. No texto, a relação com o Brasil é classificada como “essencial”. Como é recorrente nas matérias econômicas do veículo, há referências constantes às questões relativas ao MERCOSUL e às relações intrarregionais, no caso dessa notícia diz respeito ao Brasil e à Argentina.

O texto menciona o esforço que será feito pelo governo de José Pepe Mujica, mediado por Almagro, para que as conversas avancem de forma otimista. Para Almagro, de acordo com a notícia, Brasil e Argentina estão entre as prioridades do Uruguai. Apesar de econômica, a matéria tem um conteúdo, sobretudo, político-econômico. Não há dados estatísticos, econômicos, comerciais nem números. É a indicação constante, observada na elevada frequência de notícias sobre temas correlatos, das preocupações do governo do Uruguai com as negociações político-econômicas com os vizinhos.

Observam-se aqui os seguintes valores-notícia: frequência, presente nas matérias relativas ao MERCOSUL e os parceiros regionais; amplitude, pois para o Uruguai o comércio com o Brasil e a Argentina é vital; a significância, considerada a importância do comércio bilateral e multilateral para a economia uruguaia.

Os “Gates”, profissionais que filtram a notícia, aqui se baseiam em critérios econômicos para a divulgação não só da prioridade do governo, como também das

preocupações das autoridades públicas. A principal fonte da matéria é o futuro ministro das Relações Exteriores. Esse dado, se analisado de acordo com o que propõe Traquina (2002, p. 92-95), confirma a força exercida pelos Poderes (sejam Executivo, Legislativo ou Judiciário) na veiculação das matérias jornalísticas. Já White (1993, p. 149) propõe que o “processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”; nessa notícia tal avaliação pode ser observada.

Interpretamos que o enquadramento dessa notícia é dado pela disposição do Uruguai em priorizar os parceiros tradicionais referendados pelo MERCOSUL: Brasil e Argentina. Todd Gitlin (1980, p. 06-07) afirma que os enquadramentos são “princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que acontece e o que é importante”. Para o Uruguai, é fundamental manter uma relação não somente cordial com os dois países, como também rica em acordos econômicos e comerciais, e vice-versa, como é possível observar em várias matérias jornalísticas dos três veículos por nós analisados nesta pesquisa.

Domingo 14 de febrero de 2010, 23:42 hs | Montevideo, Uruguay Inicio | Último Momento | Edición impresa | Ediciones anteriores | Mi registro | Contacto

**EL PAIS** Portal Digital

Información Opinión Deportes Suplementos Servicios Ocio Especiales Clasificados Shopping Blogs

Vota por esta noticia: ★★★★★ Total de votos: ★★★★★ 2 votos

**Último Momento**

### Rio ya palpita su desfile de Carnaval

Los últimos detalles y ajustes fueron hechos esta mañana y luego el tiempo se agotó: una entusiasta multitud de más de 100.000 personas hará honor a la orden del "Rey Momo" -"¡tú que todo el mundo se divierta!", y ballará a ritmo de samba en el desfile de "escuelas" que comienza en la noche en el Sambódromo carioca.

Es la tradición de cada año en Rio y una de las mayores fiestas populares del planeta. Doce escuelas de samba, cada una presentando un tema diferente cuidadosamente preparado durante meses, desfilarán por la pasarela de 700 metros del máximo escenario del carnaval.

En las gradas, miles de personas cosearán los "samba enredo", tema musical que rige cada desfile y que al igual que vestuario, coreografía, creatividad y coordinación, serán evaluados por los jurados que determinarán que agrupación será la campeona este año.

Frente a la platea, los llamados "camarotes" privados propiedad de varias empresas, serán un espectáculo aparte, al que asistirán este año varias celebridades como la estrella de la música pop Madonna y la millonaria Paris Hilton.

Es un carnaval especial para Rio de Janeiro, el primero desde que la ciudad fue elegida para ser sede de los Juegos Olímpicos de 2016, y las autoridades se han esforzado por mantener mejor el orden que en anteriores ocasiones.

Un total de 10.000 policías garantizan la seguridad y la alcaldía dispuso mecanismos de control reforzados para el tránsito, los desplazamientos en la vía pública y la organización del multitudinario carnaval callejero que, gratuito, lleva a millones de personas a las calles.

El espectáculo en el Sambódromo no estuvo exento de polémicas por la decisión de la escuela Viradouro de poner como "reina de la batería" (percusión) -un papel que tradicionalmente desempeñan sensuales mujeres- a la pequeña Julia Lira, de siete años, hija del presidente de la agrupación.

El Consejo Estatal de Defensa del Niño y el Adolescente cuestionó su designación, pero la justicia local decidió finalmente autorizar que la niña desfilara.

Cada noche, los desfiles se extenderán por casi diez horas a partir de las 21H00 locales (00H00 GMT). Las agrupaciones tendrán entre 65 y 82 minutos para desplegar todo el esplendor de sus carrozas, el brillo de sus vestuarios, y la sensualidad de sus bailarines.

Salgueiro, campeona en 2009 por novena vez, defenderá su cetro ante rivales como las tradicionales Portela (21 cetros, la mayor ganadora), Mangueira (15) y Beija Flor (11).

El desfile será inaugurado por una escuela tradicional pero que tuvo que pelear para subir desde la segunda categoría a la división de privilegio, Unión da Ilha, que homenajeará a España a través de Don Quijote de la Mancha.

Le seguirán en la primera noche Imperatriz Leopoldinense que hablará de la religiosidad de los brasileños, mientras que la tercera en desfilar, Unidos da Tijuca, se referirá a los misterios de la humanidad. Viradouro cantará "México, el paraíso de los colores, bajo el signo del sol", seguida por Salgueiro con un homenaje a los libros, y Beija-Flor cerrará con un tributo a Brasilia en sus cincuenta años de existencia.

El lunes, Moçidade Independente mostrará que alcanzar el paraíso no pasa por lo material; Porto da Pedra abordará los ciclos en la moda; la popular Portela dirá que la tecnología permite aproximar a las personas y buscar la igualdad entre ellas; Grande Rio homenajeará al Sambódromo en sus 25 años recordando viejos desfiles, al tiempo que Vila Isabel le cantará al poeta sambista Noel Rosa.

El cierre corresponderá a la tradicional Mangueira que "será música de Brasil", un tributo a la música popular brasileña en todos sus estilos.

El lujoso despliegue de las escuelas de samba, que llegan a gastar hasta 4,5 millones de dólares en sus espectáculos, tendrá lugar bajo un intenso calor que en las últimas semanas llegó a provocar sensaciones térmicas de más de 50 grados centígrados. (AFP)

El País Digital

**Otras notas de Último Momento**

- Niña desfila como reina de escuela de samba
- Encuentran escondite de ETA con 300 kg de explosivos
- Biden acusa a Cheney de "reescribir la historia"
- "Cada 211" y "Agora" favoritas para los Goyas
- Investigan a celebridades por evasión fiscal
- Desmienten que reina Isabel II vaya a abdicar
- Gran manifestación a cinco años de asesinato de Hanri
- El Príncipe Harry volverá a Afganistán
- Hillary Clinton visita aliados en el Golfo Pérsico
- Médico herido en incendio

**No salgas a la calle sin saber de qué se habla...**

- Informe** | Una joven uruguayaya lucha por retener a su hija en ... Una uruguayaya radicada en Francia pelea por la tenencia de su hija, luego de denunciar a su ex esposo por haber abusado de ella. ...
- Política** | Mucho dinero de sueldos a los partidos Los topes salariales de algunos sectores del Frente Amplio harán crecer las arcas de las agrupaciones políticas en cifras. ...
- Nacional** | Niño muere tras caer de tractor El accidente sucedió esta mañana en Camino de las Colmenas y José Belloni. Además un menor de 15 años y un hombre de 20 perdieron ...
- Nacional** | Fuertes temporales en la costa Desde ayer rige un alerta naranja para todo el país. Se esperan tormentas puntualmente fuertes. A partir de esta noche, bajarán ...
- Informe** | Avenida Italia se enfrenta al municipio Un grupo de comerciantes asegura que los cambios previstos por la Intendencia para Avenida Italia perjudicarán a 25.000 personas ...

## 10.Rio já palpita seu desfile de Carnaval

<http://historico.elpais.com.uy/100214/ultmo-471308/ultimomomento/rio-ya-palpita-su-desfile-de-carnaval/>

Publicada em 14 de fevereiro de 2010, às 13h06, 15 parágrafos, reunidos em 52 linhas. É uma notícia grande pelos padrões do veículo *on-line*. A fotografia que ilustra a notícia mostra uma multidão seguindo um trio

elétrico pelas ruas, no centro do Rio de Janeiro. Identificamos no texto um descompasso entre a foto/imagem e o conteúdo, pois se trata do Carnaval popular e não de um desfile tradicional de escolas de samba, como diz a notícia. A matéria jornalística é da agência de notícias *Agence France-Presse* (AFP) e menciona o desfile no Sambódromo. O Carnaval do Rio de Janeiro está presente no noticiário dos meses de fevereiro e março de todos os anos, analisados, do veículo, variando conforme a data em que a festa ocorre. A notícia aqui destacada por nós foi categorizada em Geral, em *fait divers*, nesse caso remetendo-nos a Rabaça, Barbosa (1987, p.255), pois envolve o insólito e extraordinário, e rompe com o cotidiano.

A matéria jornalística relata que o Carnaval do Rio deveria reunir 100 mil pessoas e que a festa já começara. O texto é sustentado por uma série de detalhes sobre o desfile das 10 principais escolas de samba no Sambódromo, informando sobre o samba-enredo, gastos de até US\$ 4,5 milhões. Segundo a notícia, seria um Carnaval “especial” para o Rio, pois seria o primeiro desde a escolha da cidade para os Jogos Olímpicos de 2016. Não há referência ao Carnaval de rua, que estampa a única foto. O texto menciona também a elevada temperatura climática, 50 graus Centígrados, e que a duração dos desfiles no Sambódromo ultrapassa as dez horas.

Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, o tema é recorrente e está na agenda que é o Carnaval; a amplitude, pois o Carnaval do Brasil já é um assunto internacional; a significância, pois trata de uma questão de relevância para muitos, que é a grande festa que se tornou o Carnaval. Porém, observa-se nessa notícia a manutenção do enquadramento tradicional sobre o Carnaval brasileiro: o espetáculo das escolas de samba no Rio de Janeiro, como se não houvesse festa em mais lugar algum do país. O enfoque dado confirma nossa análise à luz da afirmação de Park (2003, p.145), a de que apenas parte da realidade é apresentada pela imprensa.

O jornalista Manuel Martínez, entrevistado por nós para esta pesquisa, afirma que os vários veículos estrangeiros para os quais trabalhou interessam-se apenas pelo Carnaval do Rio de Janeiro. De acordo com Martinez, a insistência do correspondente, enviado ou *freelancer*, em fazer “algo diferente” não é compreendida pelos chefes (pode ser conferido no apêndice). De acordo com o jornalista, os chefes estrangeiros, independentemente da nacionalidade, têm uma predileção explícita pelo Carnaval do Rio de Janeiro, logo não se interessam pela festa em lugares diferentes.

EL PAÍS

Último Momento

**UTE y Electrobras firman mañana acuerdo energético**

Uruguay y Brasil, a través de UTE y Electrobras, firmarán mañana un acuerdo energético para iniciar, del lado brasileño, las redes que faciliten la interconexión energética entre ambos países.

Las obras le significarán al gobierno uruguayo una inversión de US\$ 120 millones, de los cuales US\$ 80 millones serán aportados por el fondo para las asimetrías del Mercosur.

Aún falta la aprobación de los órganos políticos del Mercosur para liberar el dinero del fondo.

El anuncio fue realizado esta mañana por el ministro de Industria Roberto Kreimerman, quien junto al de Economía, Fernando Lorenzo, y de Transporte, Enrique Pintado, participó de la primera reunión que el presidente José Mujica mantuvo con sus gabinetes sectoriales.

"La inversión del lado uruguayo es de unos 120 millones de dólares y el Focem que es un préstamo no reembolsable estaría aportando unos 80 millones de dólares. Por otro lado, para completar la interconexión del lado brasileño la firma del convenio mañana al tipo de cambio real estaría estricta en 75 millones de dólares y la estación convertidora que se solicitó es de 135 millones de dólares. Como ustedes ven es una obra muy importante y es un ejemplo de avance enorme en la interconexión", expresó Kreimerman.

**Beneficios para llamado portuario**

El presidente José Mujica firmó hoy un decreto por el cual quien resulte ganador del llamado para construir la segunda terminal de contenedores en el Puerto de Montevideo, se vea beneficiado con exoneraciones tributarias de acuerdo a lo que establece la Ley de Promoción de Inversiones.

El ministro de Economía, Fernando Lorenzo, dijo que esto apunta que las inversiones realizadas en el puerto puedan acogerse a los beneficios tributarios que prevé el Decreto número 455 y al marco general que ofrece el mismo. "No se menciona ninguno en particular sino el conjunto de instrumentos que están allí y que refieren al apoyo del proceso de inversiones en el país", explicó.

El País Digital

## 11. UTE e Eletrobras firmarão amanhã acordo energético

<http://historico.elpais.com.uy/100315/ultmo-476786/ultimomomento/ute-y-electrobras-firman-manana-acuerdo-energetico/>

Publicada em 15 de março de 2010, às 14h09, sete parágrafos, reunidos em 28 linhas, com fotografia do tipo 3x4 – quando o personagem

aparece apenas dos ombros para cima sem nada de extraordinário – da única fonte que “fala” na matéria: o ministro da Indústria do Uruguai, Roberto Kreimerman. A matéria jornalística tem como origem o *El País* digital, o que no jargão jornalístico indica que os jornalistas da redação produziram o conteúdo publicado a partir da compilação de material oriundo de várias agências e fontes. A notícia foi catalogada por nós em Economia.

O assunto em questão trata-se de um dos temas caros ao veículo: energia. As matérias jornalísticas relativas a acordos energéticos, aos apagões no Brasil e aos elevados preços de tarifas são frequentes no *El País*. Na matéria jornalística, os governos do Uruguai e Brasil, por meio das empresas estatais UTE e Eletrobras, firmarão um acordo energético para a interligação de conexão energética entre ambos os países.

O texto diz ainda que as obras representarão investimentos de cerca de US\$ 120 milhões por parte dos uruguaios, dos quais US\$ 80 milhões virão do fundo do MERCOSUL. O acordo precisa de aprovação do MERCOSUL. Todos os temas relativos ao MERCOSUL são frequentes e estão presentes de forma contínua no noticiário do *El País on-line*. Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, considerando a quantidade de vezes que o tema surge no *on-line*; a significância, a questão é de suma importância para o Sul do Brasil e o Uruguai; a continuidade, o assunto não se esgota nessa única matéria jornalística.

A notícia foi organizada de tal maneira a indicar que o acordo trará uma série de benefícios, inclusive na área portuária. A única e, portanto, principal fonte da matéria é o ministro da Indústria. Não há uma contestação ou contraditório, é mantida e preservada a versão dele sobre o acordo. Essa construção da notícia é o enquadramento, o enfoque dos *Gates* (portões), pessoas que filtram a notícia, para a elaboração da realidade a ser compreendida. Com base na leitura de Reese (2001, p.07), podemos enfatizar que essa construção é apenas parte da reprodução do mundo real.

The screenshot shows the website of El País Digital. The main article is titled "Uruguay dejará fija cuota de ingreso de pollos brasileños". The text discusses the agreement between Uruguay and Brazil regarding the importation of chicken. It mentions that Uruguay will set a fixed quota for Brazilian chicken imports to avoid pressure from Brazil to increase the quota. The article also notes that the Uruguayan government will continue to restrict imports to protect its domestic market and that the agreement is part of a broader trade agreement between the two countries.

## 12. Uruguai deixará fixa cota de ingresso de frangos brasileiros

<http://historico.elpais.com.uy/100406/ultmo480963/ultimomomento/uruguay-dejara-fija-cuota-de-ingreso-de-pollos-brasilenos/>

Publicada em 06 de abril de 2010, às 16h09, sete

parágrafos, reunidos em 25 linhas, sem fotografia. Mais uma vez a origem da notícia é do *El País Digital*, quando interpretamos que os jornalistas da redação produziram o conteúdo publicado a partir da compilação de material oriundo de várias agências e fontes. A notícia foi catalogada por nós em Economia. A exemplo do que ocorre com os acordos relativos ao comércio do setor leiteiro e energético, o de avicultura também interessa bastante à economia uruguaia, portanto tem destaque no noticiário *on-line*. São frequentes as notícias relativas ao tema.

A única e principal fonte da matéria jornalística é o ministro da Fazenda, Tabaré Aguerré. De acordo com a fonte oficial, houve um acordo entre os presidentes José Pepe Mujica e “Lula da Silva” para o ingresso de 120 toneladas mensais de carne de frango oriundas do Brasil. O esforço dos uruguaios é para evitar que a pressão exercida pelo

Brasil force o governo do Uruguai a ampliar a quantidade de carne importada. Subliminarmente, a reação do governo atende às expectativas dos produtores de frango do Uruguai que se sentem ameaçados pela carne brasileira. A matéria relembra, inclusive, que as barreiras impostas pelo Brasil prejudicaram os setores de pescado e de leite: “O ministro admitiu, sem resistência, que o Uruguai tem setores sensíveis, mas que trabalha para gerar competitividade”.

Implicitamente a notícia é construída com uso do enquadramento, de tal maneira a levar o leitor a compreender que o Brasil pressiona o Uruguai e tenta inibir a produção local. Segundo Leal (2011, p.01), como a organização da forma de publicar a notícia é livre, permite que o jornalista construa a realidade como deseja. Indiretamente, a forma dada à construção dessa notícia, informando sobre a pressão do Brasil no Uruguai no setor avícola, faz o leitor constituir uma realidade do Brasil imperador. Jedlowski (2005, p.88-89) destaca a importância dos meios de comunicação no processo da construção do imaginário.

Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, a disputa comercial em setores específicos são frequentes entre Uruguai e Brasil; a amplitude do tema, uma vez que atinge a economia, área sensível em qualquer país; a continuidade, pois é um tema que terá prosseguimento. A única fonte que “fala” nessa matéria jornalística é oficial: o ministro da Fazenda.

Sábado 01 de 2011, 23:44 hs | Montevideo, Uruguay | Inicio | Último Momento | Edición Impresa | Ediciones anteriores | Registrarse | Ingresar | Contacto

**EL PAÍS**  
PORTAL DIGITAL

Buscar

Información Opinión Deportes Suplementos Servicios Ocio Especiales Clasificados Shopping Blogs

Vota por esta noticia: Total de votos: 3 votos

Comentarios: 2

Descargar Archivo Audio MP3

**Último Momento**

**Rousseff de guerrillera a presidente**

¿Te interesa esta noticia?  Me gusta   Twitter   Facebook

Militante de una guerrilla izquierdista en su juventud, Dilma Rousseff hará historia cuando preste juramento el sábado para convertirse en la primera mujer presidenta de Brasil.

Sn experiencia electoral previa, esta economista de 63 años resulta electa en octubre con el apoyo del actual presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, quien vio en ella a la administradora eficiente y exigente que daría continuidad a su ocho años de mandato. Cuentan allegados de Lula que después de ganar su primera elección presidencial en 2002, se dirigió a Rousseff y le dijo: "Tú vienes conmigo a Brasilia".

El entonces presidente consideró a Rousseff la persona ideal para encabezar el ministerio de Minas y Energía con la penca necesaria para impedir los apagones que empalmaron la imagen de su antecesor, Fernando Henrique Cardoso (1995-2002).

Su gestión impresionó tanto al presidente que, en su segundo mandato iniciado en 2007, le asignó la secretaría general del gobierno, el cargo más importante de la administración con poder de decisión sobre todas las instancias del Ejecutivo.

Nuevamente convenció tanto a Lula que decidió que su ministra, hija de un inmigrante búlgaro y una brasileña, era la persona ideal para sucederlo en la presidencia en las elecciones de 2010.

Con fama de administradora eficaz, Rousseff también ganó reputación de líder dura y hasta grosera con sus subalternos, capaz de gritarle incluso a otros ministros cuando estaba disconforme con su labor.

Los analistas coinciden en que Lula, el presidente más popular de la historia reciente de Brasil, fue quien viabilizó su candidatura por el izquierdista Partido de los Trabajadores (PT).

A lo largo de la campaña Rousseff demostró el espíritu de lucha que la llevó a tomar las armas y unirse a un movimiento guerrillero en su juventud para combatir a la dictadura militar que gobernó Brasil de 1964 a 1985 y que le permitió superar un cáncer linfático un año atrás.

Antes de la campaña, la aspirante se sometió a una renovación total que incluyó una cirugía plástica y un nuevo peinado, con lo que suavizó su imagen dura.

Sus primeros pasos como militante política los dio con organizaciones de orientación comunista y trotskista y en 1967, cuando estudiaba economía en su estado natal de Minas Gerais, se incorporó al guerrillero Comando de Liberación Nacional (Colina), que buscó derrocar a la dictadura militar.

Capturada en 1970, fue torturada y permaneció detenida durante tres años. Tras ser liberada se trasladó al estado sureño de Rio Grande do Sul, donde inició una nueva carrera política en el Partido Democrático Trabalhista (PDT).

Durante su militancia guerrillera conoció a Carlos Araújo, quien sería su compañero durante 30 años, hasta su separación en 2000. Con él tuvo su única hija, Paula, quien en septiembre dio a luz al primer nieto de la entonces candidata, Gabriel.

En Rio Grande do Sul Rousseff comenzó su carrera como funcionaria pública, primero como secretaria de Hacienda de la alcaldía de Porto Alegre y posteriormente como secretaria estatal de Energía, Minas y Comunicaciones.

En 2001 se incorporó al PT fundado por Lula.

Trabajó en la formulación del programa de gobierno del PT en la elección de 2002 y se incorporó como ministra del actual gobierno, cargo que abandonó en abril para asumir la candidatura presidencial de su partido.

AP  
El País Digital

**Notas Relacionadas**

- Rousseff rinde homenaje a caídos durante dictadura y dice no guardar rencor
- Ceremonia de investidura bajo lluvia
- Chávez espera fortalecer "eje Caracas-Brasilia" con Rousseff
- Rousseff promete mayor integración regional y Mercosur con más "consistencia"

**Noticias Recomendadas**

Powered by **newstogram**

**Otras notas de Último Momento**

- Rousseff rinde homenaje a caídos durante dictadura y dice no guardar rencor
- Ceremonia de investidura bajo lluvia
- Chávez espera fortalecer "eje Caracas-Brasilia" con Rousseff
- A partir de hoy, mutualistas están obligados a brindar métodos anticonceptivos
- Los italianos están entre los más pesimistas del mundo
- Varios heridos de bala y arma blanca durante la noche
- Bomberos realizó 150 intervenciones en todo el país
- Países funcionaron al máximo
- Policia satisfecha por bajos índices de alcoholemia
- Fuerte sismo sacude el norte de Argentina

**No salgas a la calle sin saber de qué se habla...**

- Último Momento |** Accidentes se cobraron la vida de tres jóvenes Una joven de 18 años falleció en Maldonado, mientras que en la ruta 39, un motociclista perdió la vida tras chocar contra una ...
- Último Momento |** Rousseff promete mayor integración regional y ... En el Plenario de la Cámara de Diputados brasileña, Dilma Rousseff, la economista de 63 años se convirtió en la primera ...
- Último Momento |** Versiones de cambios en el gabinete ministerial ... En el Frente Amplio hay fuertes versiones de que en marzo habrá movimientos en el gabinete del presidente José Mujica, admitieron ...
- Último Momento |** Fuerte sismo sacude el norte de Argentina Un fuerte sismo sacudió el sábado por la mañana el norte de Argentina sin que se ...

### 13. Rousseff de guerrilheira a presidente

<http://historico.elpais.com.uy/110101/ultmo-538759/ultimomomento/rousseff-de-guerrillera-a-presidente/>

Publicada em 11 de novembro de 2011, às 17h01,17 parágrafos, reunidos em 46 linhas. A matéria jornalística é considerada grande para os padrões do noticiário *on-line* uruguaio. Não tem fotografia, apesar de fazer um perfil da presidente Dilma Rousseff. A origem da matéria jornalística é

agência de notícias *Associated Press* (AP). A notícia foi categorizada por nós em Política. Nos primeiros meses do governo Dilma, são frequentes as matérias jornalísticas sobre o perfil de administradora, seu passado como guerrilheira e esquerdista, assim como sua eficiência. A matéria aqui selecionada é repleta de clichês: “Militante de uma guerrilha esquerdista em sua juventude, Dilma Rousseff fará história quando prestar juramento no sábado para converter-se na primeira mulher presidenta do Brasil”.

A notícia informa também que a Dilma jamais concorreu a cargos eletivos, mas conquistou a confiança do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, apesar de exercer uma liderança “dura e até grosseira com os subalternos”. A matéria não dispõe de fontes em *on* (quando as fontes são expostas). As informações são todas colocadas sem fontes claras nem aparentes, portanto é utilizando o *off* (não é indicada a origem da fonte). Quem diz que Dilma é eficiente e conquistou a confiança de Lula? Quem opina sobre seu estilo duro e grosseiro, como descreve a matéria? Não aparece essa voz. É a interpretação da agência de notícia reproduzida pelo veículo *on-line*.

O enquadramento da notícia surge aí: a construção da matéria foi elaborada de tal maneira que leva o leitor a interpretar que a nova presidente do Brasil guarda em si o

perfil tradicional dos guerrilheiros, que lutaram contra a ditadura, com certa dureza e até aspereza ao lidar com as pessoas. Mais uma vez, recorremos a Leal (1998, p. 02) para reforçar a ideia de que é o enquadramento que permite ao jornalista selecionar a realidade para destacar o conteúdo,

Os valores-notícias identificados nesta matéria jornalística são: referência de elite, uma vez que a personagem central é a futura presidente do Brasil; o inesperado, afinal não é comum uma mulher guerrilheira chegar ao mais alto posto de comando de um país; significância, é representada pela importância ao tema; amplitude, pois o que ocorre no Brasil em termos políticos também repercute no restante da região.

Sábado 19.02.2011, 23:45 hs | Montevideo, Uruguay. PORTAL DIGITAL EL PAÍS. Registrarse | Ingresar | Contacto. Mayormente nublado | 19°C. Buscar. Información | Opinión | Deportes | Suplementos | Servicios | Ocio | Especiales | Clasificados | Shopping | Blogs. Los Premios Iris Al Espectáculo Uruguayano. Vota a tu favorito aquí. Vota por esta noticia: Total de votos: 1 votos. Noticias Recomendadas. Otras notas de Nacional: Astori y Kreimerman en misión comercial a India; Científicos buscan secretos del océano; Corte Interamericana analiza caso de ahornasas; Emisión de azufre crece tras 10 años; Negocios con Venezuela otra vez bajo sospecha; Ampliación de licencias argentinas afecta exportaciones por US\$ 100;6; Uruguay hizo saber su preocupación; Los bosques mundiales poseen la clave para estabilizar el clima. No salgas a la calle sin saber de qué se habla... Último Momento | Falleció un periodista en accidente en Florida; Nacional | Negocios con Venezuela otra vez bajo sospecha; Ciudades | Rama podría ir preso más de dos años; Ciudades | Uno de los hermanos fugados fue detenido; Nacional | Proponen un mínimo de 200 días de clase en primaria, ...

## 14. Exportações: Restrição do Brasil é “pontual” para o governo

<http://historico.elpais.com.uy/110219/pnacio-548369/nacional/restriccion-de-brasil-es-puntual-para-el-gobierno/>

Publicada em 19 de fevereiro de 2011, às 16h26, dez parágrafos, reunidos em 35 linhas, sem fotografia. A origem da notícia, novamente, é o *El País* digital, o que interpretamos ser resultado, portanto, do

trabalho conjunto dos jornalistas na redação que construíram a matéria jornalística publicada a partir da compilação de informações de fontes distintas. A matéria jornalística está na categoria de Economia. As queixas sobre as barreiras comerciais, impostas pelos parceiros do MERCOSUL, ora o Brasil ora a Argentina, são frequentes e contínuas no noticiário do *El País*.

Nessa matéria jornalística, a principal fonte é oficial, Sebastián Torres, diretor de Indústria do Uruguai. Em entrevista ao *El País* impresso, ele disse que a questão com o Brasil é “pontual” e não se compara com as dificuldades com a Argentina, segundo a matéria *on-line*. A diretora da União dos Exportadores do Uruguai, Teresa Aishemberg, disse que o Brasil impôs barreiras no setor automobilístico. As licenças, fixadas pelo Brasil, segundo ela, vencem no prazo de 30 a 60 dias, inviabilizando a venda dos automóveis. No último parágrafo, a matéria menciona uma negociação bilateral entre Brasil e a Argentina para eliminar uma série de dificuldades no comércio entre os dois países.

Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, pois as queixas de ambos os lados sobre os entraves são usuais, ocupando também as notícias; a significância, o que sustenta parte da economia é o comércio, e o setor de metalurgia é sensível para os dois países; a amplitude, considerando que as negociações bilaterais entre membros de um bloco como o MERCOSUL podem tomar novos rumos, dependendo dos acordos; a continuidade, porque não se acaba em uma notícia apenas e referência de elite, considerando que há fontes oficiais e empresariais no texto.

Na matéria jornalística, o Brasil não tem voz direta. As referências ao Brasil são indiretas: os empresários que pediram e aguardam audiência com o embaixador do Brasil no Uruguai, Souza-Gomes, menções ao ministro brasileiro Fernando Pimentel e as negociações com a Argentina. Por que o veículo não tentou um contato com autoridades do Brasil? Talvez por opção de enquadramento da notícia. O enfoque definido pelos *Gates* (os que filtram a notícia) é, novamente, o do Brasil que pressiona e oprime. Subliminarmente, uma referência ao Brasil que quer ser aquele que impõe regras. Apoiando-nos em Reese (2001, p. 07), vemos que os fatos são realmente organizados de tal forma que dão sentido à realidade criada.



## 15. Mil pessoas deliraram com as escolas de samba

<http://historico.elpais.com.uy/110307/ultmo-551833/ultimomomento/miles-de-personas-deliraron-con-las-escuelas-de-samba/>

Publicada em 07 de março de 2011, às 17h34, 20 parágrafos, reunidos em 64 linhas. É uma matéria bem maior do que a média geral do veículo *on-line*, que costuma publicar notícias com 30 linhas. Há duas fotografias ilustrando a notícia: o rosto de uma passista mulata e outra sambista de corpo inteiro. Elas não são identificadas pelos nomes nem há referências às escolas de samba às quais pertencem. A origem da matéria jornalística é da agência noticiosa *Agence France-Presse* (AFP). A notícia foi categorizada por nós em Geral, em *fait-divers*, pois envolve o entretenimento e o inesperado.

A matéria relata a terceira noite de Carnaval, no Sambódromo, com o desfile das escolas do grupo especial. O texto é repleto de clichês, logo no primeiro parágrafo, considerado jornalisticamente como o mais importante, diz: “A magia do Carnaval se apoderou do Rio de Janeiro ontem quando as escolas de samba invadiram de ritmo, cor e sensualidade a avenida central do mítico Sambódromo carioca para o desfile mais famoso do mundo, que começou com uma homenagem à cidade”. É possível a partir de situações como essa interpretar que, a partir do enquadramento dado à matéria jornalística, o enfoque tem o objetivo claro de manutenção do estereótipo sobre o Brasil do Carnaval, da sensualidade e até da magia. Em relação à imagem do Brasil, para Díaz-Benítez (2013, p.35-37), ela é associada à sexualidade desenfreada consolidada pelas informações relativas ao Carnaval.

A notícia inclui três personagens: uma norueguesa, de 37 anos, uma brasileira, de 65 anos, e seu neto, de dois. Estranhamente os três são apresentados apenas com o primeiro nome, sem sobrenome. Falta aí preciosismo para garantir mais credibilidade à

matéria jornalística. O texto menciona ainda a expectativa das autoridades: 800 mil turistas teriam passado pelo Rio durante o Carnaval, gerando US\$ 900 milhões para o caixa da cidade.

Os valores-notícia presentes nesta matéria jornalística são: a frequência, pois o Carnaval é assunto contínuo no veículo; a amplitude, uma vez que o Carnaval do Rio é apresentado como um espetáculo internacional; a significância, pela importância social e econômica que o tema provoca.



## 16. Aumenta para 12 o número de mortos, depois de tiroteio em escola no Rio de Janeiro

<http://historico.elpais.com.uy/11040ultmo-558511/ultimomomento/masacre-en-escuela-de-brasil-11-muertos-y-22-heridos/>

Publicada em 07 de abril de 2011, às 17h58, 11 parágrafos, reunidos em 38 linhas. Há três fotografias na matéria jornalística:

uma ambulância cercada de populares, a porta da escola onde ocorreu o crime e curiosos ao redor do colégio. A origem da matéria jornalística é a agência de notícia *Associated Press* (AP). A notícia foi categorizada por nós em Geral, *emfait-divers*, por envolver o inesperado e um acaso de polícia. O crime na escola pública, de Realengo, no subúrbio do Rio de Janeiro, gerou várias matérias jornalísticas no *on-line* com diferenças apenas de tamanho.

A notícia também é repleta de clichês. No quinto parágrafo, utilizado para contextualizar, está escrito: “O Rio é uma cidade atingida pela violência das quadrilhas de narcotráfico em seus enormes bairros pobres, mas os tiroteios nas escolas são raros e este foi o mais mortal da história recente”. Tal afirmação poderia caber no jornalismo opinativo, no qual estão a coluna e o editorial, por exemplo. Mas não no informativo, no qual está a notícia.

A contextualização é um recurso necessário e bastante utilizado no jornalismo, mas é preciso sustentá-lo com informações precisas, dados concretos, e não avaliações subjetivas e superficiais como a apresentadas nesse texto. Não discutimos aqui a violência no Rio de Janeiro e a ação das organizações criminosas ligadas ao narcotráfico, mas para referenciar o tema, é necessário apresentar informações: dados sobre a violência, assassinatos, assaltos e sequestros, por exemplo, quantidade de armas apreendidas e detenções.

A matéria relata ainda que Wellington de Oliveira, de 23 anos, que estudou na escola, invadiu o colégio e atirou contra estudantes, professores e funcionários. Apesar de o título informar que o número de mortos subiu para 12, a notícia mantém 11 mortos no texto interno. As fontes da matéria são os policiais que fizeram os atendimentos e estiveram no local.

Os valores-notícia aqui observados são: o inesperado, pois são raros ou incomuns os casos de tiro em escolas no Brasil; o texto informa que foi o “mais mortal da história recente”, indicando aí a significância do fato; a continuidade está presente porque o assunto não foi esquecido nos dias que se prosseguiram até o desfecho do caso, quando a polícia confirmou que Wellington de Oliveira, morto durante a ação, era doente mental e sofreu *bullying* na infância.

The screenshot shows the El País website interface. At the top, it displays the date and time: "Viernes 19.08.2011, 23:46 hs | Montevideo, Uruguay". The main header features the "EL PAÍS" logo and navigation tabs for "Información", "Opinión", "Deportes", "Servicios", "Ocio", "Especiales", "Clasificados", "Shopping", and "Blogs". A search bar is located on the right. Below the header, there are promotional banners for "ovación" and "Especial Sub20". The main article is titled "Último Momento Uruguay y Brasil, parecidos, pero no tanto". The text discusses inflation expectations and economic projections for Uruguay and Brazil. A sidebar on the right lists "Otras notas de Último Momento" with various news items. At the bottom of the article, there is a section titled "No salgas a la calle sin saber de qué se habla..." with sub-headers like "Ciudades | Futbolista de San Carlos era líder de la banda de..." and "Último Momento | Matan a ladrón menor mientras robaba un auto".

## 17. Uruguai e Brasil, parecidos, mas nem tanto

<http://historico.elpais.com.uy/110819/ultmo-587693/ultimomomento/uruguay-y-brasil-parecidos-pero-no-tanto>

Publicada em 19 de setembro de 2011, às 18h20, sete parágrafos, reunidos em 27 linhas, sem fotografia. A origem da notícia é o *El País* digital, dado esse que

interpretamos como resultado do trabalho coletivo de jornalistas da redação do veículo *on-line* que construiu a notícia a partir de informações coletadas de diferentes fontes e meios, não descritos. A notícia está na categoria Economia, pois relata a trajetória econômica dos dois países baseando-se em quedas e elevações da inflação, assim como no câmbio flutuante.

O título da matéria “Uruguai e Brasil, parecidos, mas nem tanto” é para mostrar que as semelhanças são menores do que se imagina. Não há detalhes sobre que semelhanças são essas. Mas o texto destaca que há divergências nas projeções de crescimento do Brasil, que tendem a aumentar, e do Uruguai, que vive movimento oposto. O título é desconstruído no primeiro parágrafo: “A trajetória das expectativas de inflação e do tipo de câmbio têm sido convergente entre Uruguai e Brasil, enquanto as projeções sobre a expansão econômica se comportam de forma divergente”. O texto apresenta dados e números sobre o movimento da economia dos dois países para fazer a avaliação. Não há fontes em *on* (em que elas falam diretamente) nem em *off* (quando não aparecem). A matéria jornalística é uma compilação de informações.

Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, pois usualmente a questão econômica comparativa é abordada pelo veículo; a significância, considerando a importância do tema para a região; a consonância, para manter o equilíbrio do noticiário; a continuidade, pois há uma sequência no noticiário a ser seguida e a referida matéria faz essa ligação.

O enquadramento definido pelos *Gates* (responsáveis pela filtragem da notícia) foi o analítico: a notícia foi veiculada com um conteúdo de formato informativo, mas subliminarmente analisa a situação econômica e a história dos dois países, pois faz comparações e previsões. Aqui vale chamar a atenção para a subjetividade destacada por Lage (1998, p. 378) em relação ao enquadramento: segundo ele, é esse enquadramento que define o foco a ser dado a um determinado assunto, por isso é absolutamente subjetivo.

Portal Digital EL PAIS

Regístrate | Ingresar | Contacto

Intersuscripción Opinión Deportes Suplementos Servicios Ocio Especiales Clasificados Shopping Blogs

ovación Especial Sub20 Vivi el Mundial ingresa al especial, notas, videos, relato en vivo y mucho más

Por qué sube el real y cómo repercute en Uruguay

Clave. El gobierno brasileño ha tomado varias medidas para contener el alza

¿Te interesa esta noticia? [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Print](#) [No avisar](#)

El real, sigue fortaleciéndose frente al dólar, pese a las medidas oficiales para frenarlo. En los últimos días, cerró a niveles máximos desde 1999, cuando el entonces presidente Fernando Henrique Cardoso liberó el cambio tras cinco años de paridad. Pese a las intervenciones del Banco Central de ese país, la caída del dólar acumulada en julio llega al 1,49%, y en lo que va del año, se eleva al 7,64%. "Para algunos operadores -destaca el diario local O Globo- el real parece haber encontrado un nuevo 'piso' en la línea técnica de \$ 1,53". Hoy comprar un real cuesta \$ 12,30.

1. ¿A qué se debe la valorización?

Al escenario internacional. El dólar atraviesa un momento de debilidad, mientras Estados Unidos se debate entre el déficit y la suba del techo del déficit, una idea hasta ahora trabada en el Congreso. La fecha tope para que EE.UU. no caiga en moratoria se acerca (el 2 de agosto) y aún no se avista un acuerdo sobre la deuda pública estadounidense.

Al ingreso de capitales. Brasil es el 5º destino del mundo de inversiones. En el primer semestre, ingresaron US\$ 50.000 millones, el mayor ingreso de capitales extranjeros de la historia, según informó el Banco Central. Esa cifra representó un 110% más que en el mismo período del año pasado. Según la oficina de la ONU para el Comercio y el Desarrollo (Unctad), de 2009 a 2010, tras el estallido de la crisis mundial originada en el sistema hipotecario de Estados Unidos, Brasil saltó al 5º puesto desde el 15º en el ranking de países que más reciben inversión extranjera directa. El ingreso de dólares también se explica por las exportaciones de commodities.

Buenas condiciones. Los inversores ven con buenos ojos la alta tasa de interés (12,5%) y las calificaciones crediticias de grado de inversión en Brasil.

"Guerra cambiaria". El ministro de Economía brasileño, Guido Mantega, atribuyó la presión hacia el real a la "guerra cambiaria" mundial, es decir, a países que devalúan "artificialmente" sus monedas para ganar competitividad en el comercio exterior. "No vamos a dejar que la guerra cambie nos derrote con devaluaciones artificiales en otros países", dijo Mantega.

2. ¿Por qué el gobierno de Rousseff quiere frenar la suba?

Al acercarse al dólar, la valorización del real afecta la competitividad de las exportaciones brasileñas y repercute sobre la industria del país. En otros términos, por un lado, las importaciones se vuelven más baratas. Por otro, se hace más difícil vender manufacturas al exterior, ya que los bienes producidos tienen un costo más caro. La consecuencia positiva se da en el sector de commodities, que se exportan, principalmente, a China. Pero se "primariza" la economía, y los empresarios ya comienzan a hablar de "desindustrialización".

3. ¿Qué medidas se tomaron?

El Banco Central brasileño viene realizando subastas de dólares en el mercado, al contado, como suele hacer semanalmente, y a futuro o de forward, como no hacía desde abril. Por otra parte, se incrementó el impuesto a las operaciones financieras y se elevó la tasa que cobra a los bancos que actúan a futuro apostando a la desvalorización del dólar. Esta semana se decretó que se aplicarían impuestos adicionales a las operaciones de contratos de derivados (activos cuyo valor depende de los precios de otros activos financieros como bonos, acciones y materias primas) y reescribió la regulación del mercado.

4. ¿Cómo inverte esto en Uruguay?

El economista de PwC Ramón Pampín dijo a El País que "no hay una respuesta única" sobre cómo puede incidir en el comercio uruguayo la suba del real.

"Debemos centrarnos en aquellos sectores que tienen mucho posicionamiento en Brasil y que a su vez la relación de precios es determinante para influir sobre las ventas", dijo. En ese sentido, afirmó que la relación de precios en dólares con Brasil "si bien se ha deteriorado algo en los últimos meses, aún sigue con holguras a favor".

5. ¿Cómo repercute sobre el turismo?

Brasil se está volviendo más caro que Uruguay, por lo que el flujo de turistas brasileños a estos argentinos aumenta en la medida en que ambos destinos se pierdan como competidores. Pampín indicó que si bien los precios relativos en dólares influyen, también es cierto que cada vez vienen más al país turistas con mayor poder adquisitivo.

En el primer semestre llegaron a Uruguay 213.331 brasileños 28,7% más que en igual período de 2010 y unos 47.572 personas más, según datos del Ministerio de Turismo. No obstante, la estadística fue menor y el gasto por persona también se quedaron 5,9 días en promedio (en 2010 lo habían hecho 13,6) y gastaron US\$ 618,4 por persona (el año pasado eran US\$ 1.782,2).

BASADO EN LA NACIÓN

El País Digital

Etiquetas: brasil - pais - dólares - dólar - real -

## 18. Por que sobe o real e como isso repercute no Uruguai

<http://historico.elpais.com.uy/110731/pecon-o-583421/economia/por-que-sube-el-real-y-como-repercute-en-uruguay/>

Publicada em 19 de setembro de 2010, às 18h21, em 18 parágrafos, reunidos em 65 linhas. A notícia é grande para os padrões do veículo *on-line*. Foi publicada uma única fotografia em que há uma mão masculina segurando notas de R\$ 50,00. O formato da notícia é em pergunta e resposta – reunindo cinco perguntas e suas respectivas respostas. A origem da matéria é a agência noticiosa *Associated Press* (AP). Mas no último parágrafo há informações que o texto se baseou em dados do jornal argentino *La Nación*. A matéria foi

categorizada por nós em Economia. O texto contém apenas uma fonte em *on* (quando a fonte é revelada), que é o economista da agência PwC, Ramón Pampín.

Em cinco perguntas: “1) A que se deve a valorização do real? 2) Por que Rousseff quer frear a valorização do real frente ao dólar? 3) Que medidas foram tomadas? 4) Como isso influencia no Uruguai? 5) Como repercute no turismo?”, a matéria longa, para os padrões do veículo, tenta responder as questões, informando que a baixa do dólar foi provocada pelo momento delicado vivido pelos Estados Unidos, enquanto o real sofreu altas devido aos ingressos de mais investimentos estrangeiros no Brasil. Porém, o governo Dilma Rousseff tenta conter a valorização do real na tentativa de impedir a queda nas importações. Segundo o único entrevistado na matéria, não há uma resposta sobre a influência da valorização do real no Uruguai, mas uma das hipóteses é a elevação dos preços de alguns produtos comercializados. Em relação ao turismo, a matéria informa que aumentou em 28,7% a quantidade de brasileiros visitando o país, em comparação ao mesmo período do ano anterior, segundo o Ministério do Turismo.

Apesar de a matéria ser informativa, causa estranheza, novamente, fazer comparações entre Brasil e Uruguai e não haver sequer uma fonte brasileira na notícia. As referências são “frias”: números, dados e ações públicas. Implicitamente, o enquadramento feito aqui nessa notícia é o enfoque do gigantismo brasileiro: a economia que, antes estava em 15º lugar no cenário mundial, foi elevada para 5º, e oprime os vizinhos, mais precisamente o Uruguai. Porto (1998, p.24-25) recomenda que o ideal seria dar voz à sociedade para se manifestar e não se prender apenas às fontes oficiais. Talvez a matéria ganhasse um conteúdo mais humano e próximo, se integrantes da sociedade civil tivessem sido ouvidos.

Os valores-notícia aqui presentes são: a frequência, pois a questão econômica e as comparações com o Brasil são usuais no veículo; a amplitude, considerando a força do dólar e agora do real no cenário econômico; a significância que a discussão representa no comércio bilateral e multilateral; a continuidade, provocada pelo fato de o

assunto ser mantido em pauta.

## 19.Descontrole na Bahia por greve de policiais; 82 pessoas mortas

<http://historico.elpais.com.uy/120206/pinter-622969/internacional/descontrol-en-bahia-por-huelga-de-policias-82-personas-muertas/>

Publicada em 06 de fevereiro de 2012, às 19h36, em 27 parágrafos, reunidos em 73 linhas. A matéria jornalística tem um tamanho grande para os padrões do veículo *on-line*. Há uma única fotografia. Nela, aparecem policiais militares uniformizados descendo uma ladeira. Não é possível identificar se é um morro em Salvador, na Bahia. A fotografia se confunde com um anúncio publicitário que tem mais destaque do que a imagem que ilustra a notícia. A matéria tem três origens: as agências noticiosas *Agence France-Press* (AFP), *Associated Press* (AP) e Ansa. A notícia está na categoria de Geral, em *fait divers*



,por reunir elementos, apontados em Barthes (1964, p. 188-189), relativos a casos de polícia e a efeitos sociais.

A matéria jornalística relata que, em cinco dias de paralisação dos policiais militares da Bahia que reivindicam melhorias salariais, houve 82 homicídios, a maioria em Salvador, a capital do estado. A notícia informa ainda que 3.500 homens e mulheres da Força de Segurança Nacional foram convocados para Salvador. A matéria compila informações e tem como fonte principal o ministro da Justiça do Brasil, José Eduardo Cardozo. O texto informa também que a Bahia é o quarto estado brasileiro mais populoso, com 13,6 milhões de habitantes.

Os valores-notícia aqui presentes são: a amplitude da situação envolvendo a greve de policiais militares na Bahia, podendo estender-se para o restante do Brasil; a significância da paralisação, uma vez que ocorre em uma região onde vivem 13,6 milhões de pessoas; o inesperado, pois são homens da Polícia Militar em greve, profissionais dos quais se esperava garantia de segurança, portanto não se supõe uma paralisação; a continuidade, uma vez que o tema não se esgota em uma única notícia.

Interpretamos que o enquadramento dado a essa notícia é o enfoque do alarde. Aproveitando-se da liberdade, concedida aos meios de comunicação, para a construção da realidade, como se refere Leal (1998, p.02), o veículo *on-line* utiliza-se do instrumento para “alertar” sobre a presença de Forças Armadas na Bahia como tentativa de resguardar a ordem, perdida com a greve dos policiais militares.

Publicá tu auto

Sábado 31.03.2012, 23:49 hs | Montevideo, Uruguay

PORTAL DIGITAL

EL PAIS

Registrar | Ingresar | Contacto

Inicio | Último Momento | Edición Impresa | Ediciones Anteriores

Información | Opinión | Deportes | Suplementos | Servicios | Ocio | Especiales | Clasificados | Shopping | Blogs

Vota por esta noticia: ★★★★★ Total de votos: ★★★★★ 9 votos

Comentarios: 44

Último Momento

### Ochocientos turistas uruguayos fueron demorados en la frontera

¿Te interesa esta noticia? 0 0 0

Cientos de uruguayos que decidieron viajar a las playas de Brasil en Semana de Turismo no comenzaron sus vacaciones de la mejor forma. Es que una veintena de ómnibus con destino a Florianópolis y Blumenau fue demorada en el Chuy, en la frontera con Brasil, luego que la Agencia Nacional de Transportes Terrestres del vecino país alegara que los vehículos no cumplían con ciertos requisitos para circular. Los argumentos expuestos por la Agencia refieren a que toda unidad del año 2000 en adelante debe contar con cinturón de seguridad para cada uno de los pasajeros. Además, exigen que el parabrisa no puede tener ninguna fisura y debe contar con las correspondientes cortinas. Los vehículos, en los que en total viajabán 800 turistas uruguayos, estuvieron demorados en la frontera hasta que las empresas de transporte enviaron nuevas unidades a la frontera, logrando proseguir el viaje.

El País Digital

Etiquetas: Turismo - brasil - chuy - frontera -

TÉNIS MIZUNO WAVE PROPHECY 2 de RS-999,00 por **RS 199,90**

ÚLTIMAS PEÇAS

Otras notas de Último Momento

- ▶ Servicios de Tres Cruces aumentaron 6%
- ▶ Capitalización de Uruguay permite abrir Banco del Sur
- ▶ Apostaron un dólar y ganaron más de US\$ 200 millones
- ▶ Canasta de productos de almacén sigue en aumento
- ▶ Recomendaciones de Caminera para prevenir accidentes
- ▶ Viernes Santo será feriado en Cuba
- ▶ Semana Santa con sol y lluvias escasas
- ▶ Hoy se celebra La Hora del Planeta
- ▶ Nueve muertos en atentados con bomba

## 20.Oitocentos turistas uruguayos foram detidos na fronteira

<http://historico.elpais.com.uy/120331/ultmo-633840/ultimomomento/ocho-cientos-turistas-uruguayos-fueron-demorados-en-la-frontera/>

Publicada em 19 de março de 2012, às 19h58,

quatro parágrafos, reunidos em 13 linhas, sem fotografia. É uma notícia considerada

pequena para os padrões do veículo *on-line*. A origem da notícia é o *El País* digital. Comprendemos, então, que a matéria jornalística é resultado da produção coletiva dos jornalistas da redação que compilaram o material elaborado pelas agências noticiosas. A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*, por reunir elementos de entretenimento e por quebrar a rotina, considerando os estudos de Barthes (1964, p. 188-189).

A matéria jornalística relata que 800 turistas uruguaios, que viajaram de ônibus do Uruguai para o Brasil via Rio Grande do Sul, foram surpreendidos com uma decisão da Agência Nacional de Transporte Terrestres do Brasil sobre o transporte em que estavam, que não se adequava às regras brasileiras. A decisão atrasou a viagem dos turistas que se viram obrigados a aguardar a chegada de novos ônibus, enviados pela empresa, e que estivesse dentro das normas exigidas pelo Brasil, para seguirem viagem. Na notícia, não há uma fonte em *on* (em que é revelada a fonte) nem em *off* (em que a fonte é mantida sob sigilo). Também não há relatos nem depoimentos, o que causa estranheza uma vez que matéria conta a história de uma Semana Santa que, planejada para ser desfrutada nas praias brasileiras, acabou em uma situação inesperada.

Os valores-notícias presentes aqui são: a amplitude, pois as praias brasileiras são alvos dos turistas uruguaios, portanto a informação sobre o impasse na fronteira interessa a um número expressivo de pessoas; a significância, uma vez que se refere ao fato de haver um feriado à vista, no caso a Semana Santa, e de as pessoas buscarem as praias brasileiras como refúgio; o inesperado, relativo à situação de impedir a passagem de ônibus de turistas brasileiros devido ao não cumprimento de normas técnicas.

Interpretamos que, de modo subliminar, o enquadramento escolhido é o do relato em tom de absurdo pelo fato de turistas serem impedidos de seguir viagem, na fronteira do Uruguai com o Brasil, porque os ônibus em que estavam não atendiam às normas brasileiras. Se considerarmos o que nos apresenta Reese (2001, p. 07), nesse caso podemos perceber que os meios de comunicação sentem-se autorizados a organizar as notícias da maneira como querem, modelando a realidade,

Hacelo hoy en [gallito.com](#)

Portal Digital  
**EL PAIS**  
 Miércoles 05.12.2012, 23:56 hs | Montevideo, Uruguay

Último Momento  
**Murió el arquitecto brasileño Oscar Niemeyer**

ETIQUETAS: [brasíl](#) - [muerte](#) - [Obituario](#) - [arquitectos](#) - [Oscar Niemeyer](#)

Voto por esta noticia:  
 4 votos

Comentarios: 1

El reconocido arquitecto brasileño, Oscar Niemeyer, falleció esta noche a los 104 años de edad, informó TV Cielito.

El arquitecto, que el 15 de diciembre hubiera cumplido 105 años, estaba internado desde el 2 de noviembre y padecía una infección respiratoria que desde este miércoles lo obligó a respirar con la ayuda de aparatos.

En mayo estuvo hospitalizado tres semanas a raíz de una neumonía.

Padre de la arquitectura brasileña, Niemeyer fue el responsable del diseño de la ciudad de Brasilia junto al urbanista Lucio Costa en 1960.

El arquitecto diseñó los principales edificios de la nueva capital, un trabajo por el cual fue recompensado en 1988 con el premio Pritzker, equivalente al Nobel de arquitectura.

Con más de 600 obras en su palmarés y una veintena de proyectos en curso en Brasil y en el extranjero, como la mezquita de Argel, este hombre de apariencia frágil y lúcida mirada dijo en su momento que quería seguir "sorprendiendo".

En febrero, Niemeyer supervisó antes del carnaval de Rio las obras de renovación del Sambódromo, que construyó hace 30 años y donde se llevan a cabo los desfiles de las grandes escuelas de samba.

El arquitecto trabajó hasta ser internado en su atelier de grandes ventanales curvados, frente a la célebre playa de Copacabana.

Oscar Niemeyer participó entre otras cosas en la concepción de la sede de las Naciones Unidas en Nueva York (1952) y diseñó el Museo de Arte Contemporáneo de Vitrocy (1966), cerca de Rio, célebre por su forma de platillo volador.

En 1926, Niemeyer se casó con Annita Bido, con quien tuvo una hija. Su unión duró 76 años, hasta la muerte de Annita a fines de 2004. A los 98 años, Niemeyer volvió a casarse con su secretaria, Vera Lucia Cabrera, 35 años menor que él.

Su única hija, Anna Maria Niemeyer, murió en junio a los 82 años, víctima de un enfisema pulmonar. Con información de AFP y ANSA.

El País Digital

## 21. Morreu o arquiteto brasileiro

Oscar Niemeyer

<http://historico.elpais.com.uy/121205/ultimo-680078/ultimomomento/murio-el-arquitecto-brasileno-oscar-niemeyer>

Publicada em 05 de dezembro de 2012, às 21h05, 10 parágrafos, reunidos em 27 linhas. O tamanho da matéria jornalística está dentro da média do veículo *on-line*. A fotografia escolhida para ilustrar a matéria jornalística é uma em que o arquiteto aparece até o dorso e atrás dele há um de seus desenhos, como se fossem asas. A matéria jornalística tem duas origens: as agências de notícias Associated Press (AP) e a Ansa. O

veículo *on-line* acompanhou a internação, algumas recuperações, a morte e as homenagens a Oscar Niemeyer com várias matérias jornalísticas. A notícia foi por nós categorizada em Geral, em *fait divers*, nesse caso sustentada nossa análise nos estudos de Morin (1969, p.156), por relacionar um tema que tem interesse humano, que viola a ordem e os tabus, uma vez que relata a trajetória até a morte de um personagem que viveu 105 anos e deixa um extenso legado.

A notícia faz menção, no primeiro parágrafo, à confirmação da morte de Niemeyer pela emissora de televisão Globo. O texto relata a história de vida e profissional do arquiteto: conta que, até ser internado, Niemeyer trabalhava inclinado sobre os desenhos no apartamento dele cercado por janelas amplas e de frente para a Praia de Copacabana. A notícia informa também que, entre as obras do arquiteto, estão a cidade de Brasília, o Museu de Arte Contemporânea, que fica perto do Rio, e que colaborou com o prédio das Nações Unidas, em Nova York, totalizando mais de 600 projetos. Também recorda que, no último Carnaval, o arquiteto foi até o Sambódromo para supervisionar o local que ele ajudou a criar 30 anos antes.

Os valores-notícias aqui contidos são: o da referência de elite, pois Niemeyer faz parte de um seletto grupo de personalidades com reconhecimento internacional; o da continuidade, pois o veículo vinha acompanhando o estado de saúde do arquiteto, portanto, era de se esperar que noticiasse sua morte; o do inesperado, que é a própria morte, mesmo de uma pessoa de idade avançada e com problemas de saúde; o da significância, pela relevância que o tema representa; o da amplitude, por atingir não só o Brasil, mas o mundo das artes em geral.

Consideramos também que o enquadramento dado à notícia é de reverência, tanto o é que Niemeyer é chamado de o “pai da arquitetura brasileira”. Respeitado no Brasil e no exterior, o arquiteto era considerado uma espécie de ícone, segundo a matéria que consolida essa interpretação.

## 22. MERCOSUL suspendeu o Paraguai

<http://historico.elpais.com.uy/120625/pinter-648215/internacional/el-mercosur-suspendio-a-paraguay/>

Publicada em 25 de junho de 2012, às 21h45, 38 parágrafos, reunidos em 138 linhas. O tamanho da notícia está bem acima das demais. A notícia é a mais longa das aqui analisadas. Há 14 fotografias, das quais apenas duas fixas e 12 que são expostas em um sistema rotativo no pé da página, como se produzissem em um filme. As fotos se referem ao vice-presidente Federico Franco, que assumiu no lugar de Fernando Lugo, imagens de populares e do Palácio de Governo do Paraguai. A matéria jornalística tem três origens: as agências de notícias Ansa, *Agence France-Presse* (AFP) e *Associated Press* (AP). A matéria foi incluída por nós na categoria de Política porque a decisão de suspender o Paraguai do bloco econômico foi tomada em comum acordo pelos líderes políticos da região, que acreditaram ter havido golpe de Estado na tentativa de tirar Lugo do poder. O assunto foi tema de várias matérias jornalísticas no veículo.

Na matéria jornalística, o Paraguai, após a destituição de Lugo, é apresentado “como mais isolado ainda”, com a

The image shows a screenshot of the 'El País' website from June 25, 2012. The main headline reads 'El Mercosur suspendió a Paraguay' (Mercosur suspended Paraguay). The article text is visible, starting with 'El gobierno de Paraguay del flamante presidente Federico Franco se encuentra más aislado que nunca...' and 'El bloque sudamericano decidió suspender "de forma temporal" a Paraguay...'. The page includes a navigation bar at the top with 'Hácelo hoy en gallito.com' and 'PUBLICAR TU AVISO'. On the right side, there are several smaller articles and advertisements, including one for 'TEMES MEDIO' and another for 'No salgas a la calle sin saber de qué se habla...'. The layout is typical of a newspaper's digital presence, with a clear hierarchy of information and multiple visual elements.

decisão do MERCOSUL de suspendê-lo. Como afirmarmos anteriormente não pretendemos analisar o MERCOSUL em si, com suas peculiaridades e particularidades, mas simbolicamente o que representa no campo político neste caso é válido mencioná-lo, até porque a referida notícia cita-o. A matéria informa ainda as reações de cada líder político da região à substituição do presidente paraguaio. O texto dedica um parágrafo para cada líder e começa com a presidente da Argentina, Cristina Kirchner, depois o presidente da Venezuela, Hugo Chávez, a presidente Dilma Rousseff, o presidente do Equador, Rafael Correa, e, por fim, o do Chile, Sebastián Piñera. A referência a Dilma é a de que ela foi a primeira a dizer que “não reconhecia o novo governo do Paraguai”. Para a posição do presidente do Uruguai, José Pepe Mujica, foram dedicados cinco parágrafos. Em um primeiro momento, diz a matéria, as autoridades paraguaias não comentaram sobre a decisão de suspensão.

Os valores-notícia aqui empregados são: o da referência de elite, pois envolve governantes de vários países; o da continuidade, pois o assunto não se limita a uma única notícia, havendo prosseguimento; o do inesperado, dado que o MERCOSUL suspendeu um dos integrantes sob a alegação de ruptura da ordem democrática; o da significância, pois o assunto interfere na região como um todo; o da amplitude, porque envolve vários personagens e populações distintas.

A notícia reproduz “vozes” oficiais de modo indireto. Não há fontes que “falam” diretamente na matéria. Compreendemos que o enquadramento nesse caso é o da interpretação oficial sobre o processo de suspensão do Paraguai do bloco: autoridades concluíram que houve um golpe para retirar Lugo do poder e que o adequado seria punir o novo governo. Não tem uma voz discordante, uma análise de especialista nem opiniões de populares. Uma matéria cuja realidade apresentada para a interpretação do leitor é a oficial.

The screenshot shows the El País website interface. At the top, it says 'Hacelo hoy en gallito.com'. Below that, there's a navigation bar with 'Site Map', 'Ovación', 'Todos los Títulos', 'Último Momento', 'Meteorología', 'Avisos Fúnebres', 'Horóscopo', and 'Crucigramas'. The main header features 'EL PAÍS' and 'PORTAL DIGITAL'. A search bar is visible. Below the header, there are various sections: 'Información', 'Opinión', 'Deportes', 'Suplementos', 'Servicios', 'Ocio', 'Especiales', 'Clasificados', 'Shopping', and 'Blogs'. A prominent banner for 'Juegos Olímpicos Especial' is shown. The main article is titled 'En Brasil se inicia "juicio del siglo" por corrupción' and is categorized under 'INTERNACIONAL'. The article text discusses the Supreme Court of Brazil starting a trial for 38 suspects involved in a vote-buying scheme. A sidebar on the right features an advertisement for Mizuno Wave Prophecy 2 shoes for R\$ 199.90. At the bottom, there's a Facebook widget for 'EL PAÍS digital'.

## 23.No Brasil, se inicia “juicio del século” por corrupção

<http://historico.elpais.com.uy/120731/pinter-654953/internacional/en-brasil-se-inicia-juicio-del-siglo-por-corrupcion/>

Publicada em 31 de julho de 2012, às 22h06, em oito parágrafos, reunidos em 22 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é a agência de notícias *Agence*

*France-Presse* (AFP).

A notícia se refere ao julgamento de 38 denunciados no esquema conhecido como Mensalão, ocorrido entre os anos 2005 e 2006, durante o governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, envolvendo seus aliados e colaboradores. O escândalo veio à tona através da denúncia do ex-deputado Roberto Jefferson, ex-colaborador do governo, que detalhou um intrincado esquema de pagamento de propina para políticos com apoio de integrantes do executivo e do Partido dos Trabalhadores (PT). Após investigações do Ministério Público (MP), descobriu-se o envolvimento de banqueiros, empresários e assessores políticos.

A matéria foi categorizada por nós em Política. Houve uma frequência elevada de notícia sobre o tema. Esta foi selecionada por dar início a uma longa sequência. A matéria chama o início do processo relativo ao mensalão de “o julgamento do século” por envolver 38 suspeitos ligados ao governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

A notícia informa ainda que os 38 acusados deverão responder por peculato, lavagem de dinheiro, corrupção, fraude e outros delitos. Há situações, diz o texto, que o acusado pode chegar a pegar 45 anos de prisão. Segundo a matéria, não há um cálculo de quanto dinheiro pode ter sido desviado, mas foram “milhões de reais”, informa, sem preciosismo. O texto não informa nomes dos envolvidos, apenas que há ex-ministros,

ex-parlamentares, empresários e banqueiros. Não há fontes em *on* (quando apareceu interlocutor) ou *off* (quando a fonte é mantida de forma anônima) na notícia.

O enquadramento da matéria é o mais formal possível: informa-se que haverá o julgamento, que o ex-presidente Lula foi excluído do processo, pois o escândalo ocorreu um ano antes da sua campanha política, e os crimes julgados. Não há análise de especialistas, opinião de políticos brasileiros governistas e de oposição. A matéria é próxima a um relatório.

Os valores-notícia aqui identificados são: o da frequência, pois o tema do mensalão foi acompanhado com atenção pelo veículo; o da significância, considerando a importância de um julgamento envolvendo personagens diretamente ligados ao Poder no Brasil; o do inesperado, pelo fato de a Suprema Corte julgar criminosos vinculados ao governo no Brasil; o da continuidade, pois o assunto não se extingue em uma única matéria, haverá prosseguimento; e o da referência de elite, considerando que entre os citados no processo estão ex-ministros, ex-parlamentares, empresários e banqueiros.

The image shows a screenshot of a news article on the website 'EL PAIS'. The article is titled 'Brasil movilizó 10 mil efectivos a fronteras del Mercosur'. The main text describes the deployment of 10,000 armed personnel (9,000 military and 1,000 police) to the borders of Brazil with Paraguay, Argentina, and Uruguay. It mentions that the operation is aimed at preventing the trafficking of weapons and drugs. The article also notes that the operation is being carried out in a controlled manner, with military equipment and personnel being deployed to the border area. The article is dated September 8, 2012, at 22:25. The author is Néstor Araújo, from Cerro Largo. The article is part of a series of reports on the 'Mensalão' scandal.

## 24. Brasil mobilizou 10 mil homens para fazer segurança nas fronteiras do MERCOSUL

<http://historico.elpais.com.uy/120808/ultimo-656572/ultimomomento/brasil-movilizo-10-mil-efectivos-a-fronteras-del-mercotur>

Publicada em 08 de setembro de 2012, às 22h25, em 09 parágrafos, reunidos em 26 linhas. Há uma fotografia em tamanho ampliado de carros blindados do Exército. O autor da matéria é o repórter Néstor Araújo enviado para Cerro Largo, região de fronteira com o Brasil. A notícia foi categorizada por nós em Geral, em *fait divers*, por reunir aspectos que rompem

com a rotina e que têm um conteúdo policial, análise nesse ponto sustentada pelos estudos feitos da obra de Barthes, (1964, p. 188-189).

O repórter viajou até a fronteira para observar o movimento militar do Brasil na região com o envio de 10 mil homens, sendo nove mil militares e mil policiais. A Operação Ágata 05 envolveu as fronteiras com o Uruguai, a Argentina e o Paraguai, na tentativa, segundo a matéria, de conter o tráfico de armas e drogas. A única fonte que aparece na notícia é o ministro da Defesa do Brasil, Celso Amorim, que, em declarações à BBC Brasil, informa sobre a existência de seis locais considerados suspeitos por estarem servindo para o abastecimento de criminosos.

Apesar de o veículo ter enviado um repórter para a região, ele não incluiu entrevistas com moradores, autoridades nem militares envolvidos na operação. A matéria é praticamente um relatório. Os valores-notícias aqui identificados são: a frequência, pois não é a primeira vez que a operação ocorre, usualmente ela vem sendo realizada; a amplitude, pois atinge diretamente o Uruguai, mas também os vizinhos Paraguai e Argentina, além do próprio Brasil, que coordena a ação; a significância, uma vez que aborda preocupações comuns aos quatro governos, aqui o combate ao contrabando de armas e ao tráfico de armas; o inesperado, pois mesmo sendo uma ação que já ocorreu antes é incomum a circulação de blindados na região fronteira.

A matéria jornalística foi aqui construída destacando a ofensiva do Brasil ao avanço do narcotráfico e do tráfico de armas na região fronteira com os países do MERCOSUL. Como o enquadramento permite, segundo Reese (2001, p.07), a subjetividade, na seleção da informação para a construção da realidade a ser publicada, mostram-se aqui o aparato militar, a opinião do ministro e as expectativas. O tom é oficial.

### **6.2.2Clarín**

As seis primeiras notícias selecionadas no veículo *on-line* argentino são de 2009, e assim seguem os mesmos números em 2010, 2011 e 2012, dados verificáveis na Tabela anterior. As matérias jornalísticas do *Clarín* costumam ter mais de 20 linhas, mas houve um caso específico em que a publicação continha sete linhas. O número varia conforme a temática. As notícias publicadas em maior tamanho – no que diz respeito a número de linhas dentre as então selecionadas são referentes à categoria de Economia.

As notícias foram escolhidas para a análise qualitativa a partir da frequência dos grupos temáticos com base na leitura flutuante feita durante o levantamento descritivo na etapa anterior. É o veículo *on-line*, dos três aqui analisados, que menos utiliza imagens fotográficas. Das 24 notícias selecionadas, apenas duas foram publicadas com fotografia. As demais 22 notícias foram veiculadas sem foto.

Nesse veículo, na categorização das notícias, durante o trabalho do levantamento descritivo do *corpus* prevaleceram as matérias jornalísticas da categoria Economia. Das 2.302 compiladas, 405 estão em Geral; 750 em Política, e 1.147 em Economia (constam da Tabela anterior).

<b>Tabela: Origem da Produção</b>				
<b>24 notícias</b>	<b>Agências de Notícias (AFP, AP, EFE e Ansa)</b>	<b>Redação</b>	<b>Repórter ou enviado/a</b>	<b>Correspondente</b>
	04	10	03	07

Na Tabela Origem da Produção verificou-se que, das 24 notícias analisadas qualitativamente, quatro são originais de agências de notícias internacionais – a espanhola EFE, a *Agence France-Presse* (AFP), *Associated Press* (AP) e a italiana Ansa. Uma notícia foi escrita por jornalista enviado ao Brasil. Duas matérias jornalísticas foram produzidas por duas jornalistas na Argentina sobre o Brasil. Do total, dez foram produzidas pela própria redação do veículo que assina o material. A correspondente do *Clarín* no Brasil, Eleonora Gósmán, assina sete notícias. Houve situações em que quatro agências noticiosas originaram o material publicado. Também, por vezes, há publicações que mesclam agências com informações próprias do veículo *on-line* argentino, que interpretamos como resultado do trabalho coletivo dos jornalistas de redação do *Clarín on-line*.

Ultimo Momento | Edición impresa | Vídeos | Blogs | Widgets | Móviles | Mapas | Shopping | Clasificados | Más Oportunidades | Guías | Servicios

Martes 06, Enero 2009

# Clarín.com

En Clarín | Buscar

El País | El Mundo | Sociedad | Ciudad | Deportes | Espectáculos | Policiales | Ediciones Anteriores | Clasificados

ULTIMO MOMENTO | EL MUNDO | RANKING DE NOTAS

Más leídas | Más recomendadas | Más comentadas

1. Uno de los hombres más ricos de Alemania se suicidó por la crisis financiera
2. Messi armó una fiesta ante el Atlético y Diego festejó en el palco
3. Dramático rescate de un navegante francés en el Cabo de Hornos
4. Caso Bergara: los policías detenidos tendrían una "relación tangencial"
5. Pronunciada bajante en el Río de la Plata

## Fuerte caída de la producción fabril en Brasil: -5,2 %

22:03 | En noviembre cayó por primera vez, después de 21 trimestres de alza.

Por: Eleonora Gósmán

Después de una travesía de 21 trimestres con crecimiento pujante, Brasil se enteró ayer del derumbe de su actividad industrial. Según cifras oficiales del Instituto de Geografía y Estadísticas (equivalente al INEC), en noviembre la producción fabril cayó 5,2% (respecto de octubre). Es el retroceso más importante en 13 años, dijeron los técnicos del organismo oficial.

En esencia, fue la fabricación de automóviles lo que empujó bajo el nivel productivo. En este sector, la caída resultó de 22%, una cifra que llega a 34% si se compara noviembre último con igual mes de 2007. Silvio Sales, técnico del IBGE, sintetizó las razones con tres palabras: falta de crédito. Describió que existe "una profundización del retroceso industrial con una mayor cantidad de sectores alcanzados por la crisis". Luego enumeró: "De los 27 segmentos industriales brasileños, 21 de ellos mostraron reducciones en la producción".

Para el especialista, "la caída es más intensa en bienes durables pero se espacía hacia todos los sectores, lo que tiene que ver con los cambios en el escenario de la economía mundial". Dijo también que el pesimismo en los países desarrollados provocó un "deterioro de las expectativas de consumidores y empresarios locales". Con una demanda externa de bienes fabriles enfocada en el mercado brasileño, a la Argentina se le estrechan los márgenes de maniobra. No es fácil salir a buscar mercados donde vender los autos que se exportaban a Brasil.

La realidad parece contrastar con ciertas teorías que adjudican a los Brics (Brasil, Rusia, India y China) una gran capacidad para liderar los próximos años el crecimiento económico en el Planeta.

Según la consultora Goldman Sachs, en 2009 la economía vivirá el estancamiento. No acumulará más que un leve crecimiento de 0,6%. Pero mientras prevé que el mundo desarrollado tendrá un PIB negativo de 1,2%, asigna a los Brics un avance de 4,7%. Estas estimaciones podrían ser bastante aproximadas en el caso de China, pero dudosamente los otros tres países: Brasil, Rusia e India, puedan seguirle el paso. Lo cierto es que en para el instituto brasileño IBGE viene una etapa complicada.

## 1. Produção industrial brasileira em baixa

<http://edant.clarin.com/diario/2009/01/07/um/m-01834764.htm>

Publicada em 06 de janeiro de 2009, às 22h03, em cinco parágrafos, reunidos em 31 linhas, sem fotografia. A autora da matéria jornalística é a correspondente Eleonora Gósmán. Não tem fotografia apesar de conter um tamanho

médio grande para os padrões do veículo *on-line*. A notícia está na categoria Economia. A notícia é editorializada, contendo um tom opinativo, como fica evidenciado no primeiro parágrafo: “Após 21 trimestres de crescimento pujante, o Brasil se enterrou ontem na baixa da sua atividade industrial”. O excesso de adjetivos nos leva a essa interpretação.

A matéria jornalística utiliza três fontes: o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), um economista e a consultoria Goldman Sachs. O texto informa que dos 27 setores industriais brasileiros, 21 registraram queda. A notícia ressalta como exemplo o setor automobilístico, de interesse argentino devido ao comércio bilateral com o Brasil, com redução de 22%.

Interpretamos que o enquadramento da matéria é o do enfoque na desaceleração da economia brasileira em decorrência da “falta de crédito”, como afirma o economista entrevistado, que é uma das fontes da notícia. Para Reese (2007, p. 07), existe a liberdade dos meios de comunicação de selecionar e organizar a construção da notícia para dar forma à realidade a ser veiculada. Nessa notícia, o foco é o antagonismo do cenário econômico brasileiro em comparação às perspectivas positivas anteriores.

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, aspecto que chama a atenção do leitor, e a queda da produção industrial brasileira; a frequência, é um assunto que não se esgota em uma única matéria e é recorrente no veículo *on-line*; a amplitude,

pois o que ocorre na economia brasileira atinge a região como um todo, não é algo localizado; a significância, uma vez que a questão econômica tem repercussões sociais e políticas; e a continuidade, pois é necessário buscar mais informações correlatas ao assunto.

The screenshot shows the Clarín.com website interface. At the top, there are navigation links for 'Último Momento', 'Edición Impresa', 'Videos', 'Blogs', 'Widgets', 'Móviles', and 'Mapas'. A search bar is visible with the text 'En Clarín' and a 'Buscar' button. Below the search bar, there are more navigation options: 'El País', 'El Mundo', 'Cartas de lectores', 'Sociedad', 'Ciudad', 'Policiales', 'Deportes', 'Espectáculos', 'Ediciones Anteriores', and 'Clasificados'. The main content area features the article title 'Más barreras al ingreso de productos brasileños' by Eleonora Gózman. To the right of the article is a 'RANKING DE NOTAS' section with a list of five items. The article text is partially visible, discussing trade negotiations between Brazil and Argentina.

## 2. Mais barreiras à entrada de produtos brasileiros na Argentina

<http://edant.clarin.com/diario/2009/03/06/elpais/p-01871435.htm>

Publicada em 06 de março de 2009, sem horário exposto. O que indica, na prática jornalística, que a notícia foi veiculada antes no jornal impresso e

reproduzida no noticiário *on-line*. Não tem fotografia. A notícia tem seis parágrafos, reunidos em 32 linhas. A autora da matéria jornalística é a correspondente Eleonora Gózman. A notícia está na categoria Economia. A questão sobre as barreiras impostas pelo Brasil aos produtos argentinos e vice-versa é constante no noticiário econômico do *Clarín*.

A matéria relata que o Brasil negocia com os empresários argentinos uma solução para as importações, enquanto a Argentina “segue” impondo restrições a 58 produtos, como têxteis e utensílios de linha branca mencionados no texto. Segundo a notícia, os ministros das Relações Exteriores e do Comércio Exterior negociam um acordo. A única fonte em *on* (quando a fonte aparece) da matéria é o secretário de Comércio do Brasil, Welber Barral, que, em resposta por e-mail ao veículo, informou que o esforço do Brasil “é buscar uma solução negociada” com a Argentina.

Interpretamos que o enquadramento dado à matéria apresenta um Brasil submetido à Argentina, em razão da pressão exercida pela imposição de restrições aos produtos importados, e a reação brasileira de evitar o embate. Na notícia, deveria haver

a posição da Argentina, o que não ocorre nem *on* (quando a fonte é aparente) nem em *off* (quando não aparece a fonte). Ressalta-se, com base em Leal (1998, p. 02), que o enquadramento se tornou um instrumento analítico no papel político exercido pelos veículos. Nesse caso, o *Clarín* evidencia a posição de domínio da Argentina sobre o Brasil no que se refere às negociações recentes no comércio exterior.

Os valores-notícia aqui identificados são: a frequência, pois o tema não se esgota em si; a amplitude, uma vez que o assunto interfere em várias áreas dos dois países e não se limita apenas a um setor; a significância, pois a questão do comércio bilateral é crucial para a Argentina, assim como para o Brasil; a continuidade, pois o assunto tem desdobramentos e continuação.

The screenshot shows the Clarín.com website interface. At the top, there are navigation links for 'Ultimo Momento', 'Edición Impresa', 'Videos', 'Blogs', 'Widgets', 'Móviles', and 'Mapas'. A search bar is present with the text 'En Clarín' and a 'Buscar' button. Below the search bar, there are categories like 'El País', 'El Mundo', 'Sociedad', 'Ciudad', 'Deportes', 'Espectáculos', 'Policiales', 'Ediciones Anteriores', and 'Clasificados'. The main content area features a headline: 'Para Cristina y Lula, el escándalo por la paternidad de Lugo no debe afectar al Mercosur' with a sub-headline '15:48'. The article text begins with 'El presidente de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, desestimó hoy tras su encuentro bilateral con Cristina Kirchner que exista algún problema institucional o político grave en Paraguay, al ser consultado sobre las denuncias de paternidades atribuidas al mandatario Fernando Lugo.' To the right of the article, there is a 'RANKING DE NOTAS' section with a list of five items.

### 3. Para Cristina e Lula, escândalo por paternidade de Lugo não deve afetar MERCOSUL

<http://edant.clarin.com/diario/2009/04/23/um/m-01904192.htm>

Publicada em 23 de junho de 2009, às 15h48, em quatro parágrafos, reunidos em 12 linhas, sem fotografia. É

uma notícia pequena para os padrões do veículo. Como a matéria jornalística não tem uma origem esclarecida, é compreendida por nós como uma produção coletiva da redação, dos jornalistas do *on-line* a partir da compilação de informações de várias fontes – agências de notícias nacionais e internacionais, fontes em *off* (quando não aparecem), por exemplo. A notícia foi categorizada por nós em Política.

A matéria relata que os presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e da Argentina, Cristina Kirchner Fernández, descartaram consequências às negociações políticas em decorrência do escândalo envolvendo o presidente do Paraguai, Fernando Lugo. Ex-bispo da Igreja Católica, Lugo foi denunciado por ser pai. A concepção da criança teria ocorrido quando ele ainda era religioso. Ao final do seu governo, Lugo era denunciado de ser pai de seis crianças com mulheres distintas. Ele assumiu a paternidade de três filhos. Porém, a referida notícia não faz menção a esse histórico. Para Lula, o assunto

será resolvido no âmbito religioso. Para Cristina Kirchner Fernández, não cabe opinar sobre o tema.

As questões marginais envolvendo os parceiros do MERCOSUL também estão presentes no noticiário do *Clarín*. Interpretamos que o enquadramento dessa notícia é a descrição da reação, ou no jargão jornalístico, a repercussão sobre um determinado fato já posto. Porém, faltaram a opinião do presidente do Uruguai e também uma posição por parte do Paraguai. As “falas” de Lula e Cristina Kirchner estão em *on* (quando a fonte aparece). Pelo enquadramento da notícia, podemos então tomar como referência Park (2003, p.145), para afirmar que a realidade apresentada é mais uma vez selecionada pela imprensa.

Identificamos os seguintes valores-notícia: a referência à elite, o personagem principal é o presidente do Paraguai e os demais também são chefes de Estado; a continuidade, que é representada pela sequência de assuntos correlatos ao tema publicados no veículo; a significância, dada a importância do tema para o *on-line*; a amplitude, pois o assunto, que é de ordem pessoal do presidente Lugo, ganha o espaço público por envolver um personagem público e de reconhecimento internacional; a frequência, porque o tema não se extingue em uma única notícia.

Home Page | Edición Impresa | Vídeos | Blogs | Widgets | Móviles | Mapas | Shopping | Clasificados | Más Oportunidades | Guías | Servicios

Miércoles 06, Mayo 2009

Clarín.com

Buscador de noticias NUEVO

EL MUNDO

### El FMI mejoró sus pronósticos sobre los efectos de la crisis en América latina

**13:00** El organismo afirmó que la recesión en la región será "más suave y breve" que en las economías desarrolladas. Prevé una contracción de 1,5% para este año y una recuperación de 1,6% en 2010.

La recesión en América Latina va a ser "más suave y breve" que en las economías desarrolladas, aunque la recuperación será más fácil para México y Brasil que para otros países que no tomaron medidas pertinentes en tiempos de abundancia. Ésta es la estimación del FMI, renovada hoy en su informe "Perspectivas económicas regionales: Hemisferio Occidental".

Sin embargo, el Fondo advirtió que la región debe estar atenta al impacto social de la crisis mundial, que es "cada vez más visible".

"La recesión va a ser más suave y corta en la región (...) en este momento, estamos tocando fondo y de ahora en adelante la región va a empezar a recuperarse", indicó a periodistas en Washington el director para América Latina del FMI, Nicolás Eyzaguirre.

"En esta ocasión, los países desarrollados tienen neumonía y nosotros tenemos un resfriado", dijo Eyzaguirre, quien señaló que en promedio en la región los países experimentan dos o tres trimestres de caída del PIB, contra por ejemplo los nueve trimestres de retroceso que se auguran en Estados Unidos.

El Fondo prevé que América Latina experimente este año una contracción económica del 1,5% del PIB y una recuperación del 1,6% en 2010.

Eyzaguirre señaló que para América Latina esta no ha sido una crisis financiera o fiscal, sino una comercial, y ya se han empezado a ver signos positivos, como el incremento de los precios de las materias primas, de las que depende gran parte de la región.

El directivo del fondo hizo la distinción entre países como México y Brasil, que en los últimos años aplicaron medidas que ahora les permitirán recuperarse más rápidamente, y otros como Venezuela, Ecuador o Bolivia, a los que les será "un poco más complicado".

**RANKING DE NOTAS**

Más leídas | Más recomendadas | Más comentadas

1. Hazada del Barcelona de Messi para llegar a la final de la Champions
2. Gripe porcina: Calderón cargó duro contra la Argentina y citó los casos de dengue
3. Logran trasplantar el 80% del rostro a una mujer en Estados Unidos
4. En medio de una dura interna, el PJ porteño evita romper con Kirchner
5. Tevez o Messi: sólo uno será rey de Europa

#### 4. Crise na América Latina: Recuperação será mais fácil para Brasil

<http://edant.clarin.com/diario/2009/05/06/um/m-01912477.htm>

Publicada em 13 de maio de 2009, às 13h00, em sete parágrafos, reunidos em 26 linhas, sem fotografia. Não há informação sobre a origem da matéria, o que compreendemos é resultado

de produção coletiva da redação, dos jornalistas do *on-line* a partir da compilação de informações de várias fontes – agências de notícias nacionais e internacionais, fontes em *off* (quando as fontes são mantidas preservadas), por exemplo. A notícia está na categoria Economia.

A matéria jornalística informa que o Fundo Monetário Internacional (FMI) avaliou que a recessão na América Latina será mais “suave e breve” do que nos países desenvolvidos. No primeiro parágrafo, Brasil e México aparecem em destaque como países que adotaram medidas “pertinentes em tempos de abundância”, segundo o organismo internacional, possibilitando uma recuperação mais fácil. O FMI, de acordo com a matéria, prevê que a América Latina experimente ao longo do ano uma contração econômica de 1,5% do PIB e uma recuperação de 1,6% em 2010.

Interpretamos que o enquadramento dado à matéria é praticamente o oficial, pois há apenas uma fonte – que é oficial do FMI -, odiretor para América Latina do Fundo, Nicolás Eyzaguirre. Em entrevista coletiva em Washington – Estados Unidos –, o diretor concede declarações que sustentam a notícia. Porém, por que não há fontes especializadas, como economistas e consultores, analisando a avaliação do FMI? Também não há fontes da Argentina analisando o assunto. A realidade aqui é apresentada parcialmente pela “verdade” do FMI, o que nos remete aos estudos de Lage (1998, p.378), que diz que o recurso do enquadramento está tão presente no cotidiano que o público não percebe o “jogo de interesses” existente.

Os valores-notícia aqui localizados são: a continuidade, pois as avaliações do FMI estão sempre presentes no noticiário *on-line*; a significância, uma vez que envolve um tema caro não só à Argentina como à América Latina, a avaliação sobre a credibilidade de seus governos na condução da política econômica; a amplitude, pois a informação envolve a região como um todo; a frequência, uma vez que assunto é constante no *on-line*.

The screenshot shows the top navigation bar of Clarin.com with links for Home, Edición Impresa, Videos, Blogs, Widgets, Móviles, and Mapas. The date is Jueves 24, Septiembre 2009. Below the search bar, there are categories like El País, El Mundo, Cartas de lectores, Sociedad, Ciudad, Políticas, Deportes, Espectáculos, Ediciones Anteriores, and Clasificados. The main article title is 'Lula llamó a refundar el orden económico mundial tras la crisis'. The text begins with 'El presidente de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, llamó ayer en su discurso en la Asamblea General de la ONU a "refundar el orden económico mundial" tras la crisis financiera...' and continues with a quote from Lula: 'Como la economía mundial es interdependiente, estamos obligados a intervenir a través de las fronteras nacionales y refundar el orden económico mundial'...

## 5. Lula deseja reformar a ordem econômica mundial após crise

<http://edant.clarin.com/diario/2009/09/24/elmundo/i-02005291.htm>

Publicada em 24 de setembro de 2009, sem horário exposto, interpretamos que, pela prática jornalística, o material foi inicialmente veiculado no jornal impresso e depois aproveitado pelo noticiário *on-line*. O texto tem 13 parágrafos, reunidos em 48 linhas, sem fotografia. É uma notícia grande para os padrões do veículo *on-line*. A

matéria jornalística tem quatro origens distintas: as agências noticiosas *Agence France-Presse* (AFP), *EFE*, *Associated Press* (AP) e Nova York, sendo que esta última não informa exatamente quem é o autor que produziu o material oriundo da cidade norte-americana – uma hipótese é a de que seja uma das três agências noticiosas. A notícia está na categoria Política. A matéria jornalística é sustentada no discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na Organização das Nações Unidas (ONU), relatando segundo a visão dele a política econômica brasileira diante da crise que atinge o Ocidente a partir dos Estados Unidos.

A notícia relata que o presidente Lula foi o primeiro a discursar na Assembleia Geral da ONU e traz em detalhe as palavras do brasileiro: "Felizmente [o Brasil] foi um

dos últimos países a ser atingidos pela crise e um dos primeiro a superá-la. Não houve mágica da nossa parte. Simplesmente mantivemos nosso sistema financeiro salvoda contaminação do vírus da especulação. Cortamos nossa vulnerabilidade e passamos a devedores a credores internacionais”. A única fonte da matéria é o presidente Lula que “fala” em *on* (quando a fonte aparece). O discurso do presidente brasileiro também é apresentado na notícia quando se refere ao presidente deposto de Honduras, Manuel Zelaya, abrigado na Embaixada do Brasil em Tegucigalpa (capital de Honduras), às mudanças climáticas e ao embargo econômico de Cuba.

Interpretamos que, subliminarmente, pelo enquadramento da matéria, o Brasil é apresentado com luar de relevância em um cenário internacional: a ONU. Mesmo que, pela tradição do organismo, o presidente do Brasil seja o primeiro a discursar, a matéria dá um espaço grande para o tema. Valendo-nos mais uma vez da obra de Reese (2011, p. 07), podemos afirmar que: o tom é oficial, sem contestações, pois o presidente Lula aparece como única fonte da matéria; não há especialistas analisando o conteúdo do discurso político do presidente brasileiro; a realidade aqui apresentada é a do país que superou os efeitos da crise e agora passa sua lição para os demais; a organização da construção da notícia é livre no enquadramento, permitindo o enfoque desejado pelo veículo de imprensa.

Home | Edición Impresa | Videos | Blogs | Widgets | Móviles | Mapas | Shopping | Clasificados | Más Oportunidades | Guías | Servicios

Miércoles 09, Diciembre 2009

Clarín.com

Buscador de noticias NUEVO

El País | El Mundo | Cartas de lectores | Sociedad | Ciudad | Policiales | Deportes | Espectáculos | Ediciones Anteriores | Clasificados

Imprimir | Enviar | Tamaño de texto

### MÁS INFORMACION

Ley de medios: Carró se sumó a la UCR y objetó a Capitanich

Ahora se busca minimizar los rces con Tabaré por Botnia

### RANKING DE NOTAS

Más leídas | Más recomendadas | Más comentadas

1. Tras el escándalo del caso Pomar, echan a tres jefes policiales y piden la renuncia a la cúpula de la Botnia
2. La autopista concluyó que Gabriela pudo haber sobrevivido al accidente
3. Mitos, verdades y secretos de las baterías de las notebooks
4. Atropellan a un nene frente al velatorio de su abuela, arrollada bors sales
5. Passarella: "Los números no me cierran entre lo que se comperó y lo que se vendió en el club"

### "Un golpe a la democracia"

Los cuatro socios del Mercosur más Venezuela firmaron ayer una carta que condena el golpe de Estado en Honduras y desconoce los comicios electorales del 29 de noviembre. Finalmente manifiestan "total y pleno desconocimiento de los comicios electorales realizados el 29 de noviembre por el gobierno de facto, desarrollados en un ambiente de inconstitucionalidad, ilegitimidad e ilegalidad, constituyendo un duro golpe a los valores democráticos para América latina y el Caribe".

### El conflicto

A fin de 2008 el Gobierno argentino adoptó un sistema de licencias no automáticas para las importaciones brasileñas

De esa manera, intentaba proteger la producción argentina ante la crisis internacional.

El empresario brasileño solicitó medidas de represalia al ejecutivo de Lula, que consideró "proteccionista" la decisión argentina.

En octubre de este año, sin aviso, Brasil adoptó licencias similares para productos argentinos.

El 18 de noviembre Cristina y Lula se reunieron en Brasilia para intentar limar las asperezas.

Argentina se comprometió a reducir el tiempo para otorgar los permisos para las importaciones brasileñas.

### Oportunidades

Walter Curia

Los conflictos por el comercio no deberían almar. Abundan las reconvencciones y reproches entre los poderosos al respecto. El compromiso con las palabras suele ser bajo. Algo de eso ocurre entre la Argentina y Brasil. Las diferencias ahora se han hecho públicas y el costo en esos casos siempre es más alto. ¿Fue oportuno el cuestionamiento de la Presidenta en Montevideo? Es opinable. Lo que se sabe es que Lula es un jugador global con nuevas responsabilidades. Entre otras, escuchar y en ocasiones, como ayer, callar.

## 6. Kirchner menciona conflicto com Brasil enquanto Lula antecipa seu retorno

<http://edant.clarin.com/diario/2009/12/09/elpais/p-02058021.htm>

Publicada em 09 de janeiro de 2009, sem horário exposto, o que interpretamos, pela prática jornalística, que o texto foi inicialmente veiculado no jornal impresso e depois no noticiário *on-line*. A notícia tem oito parágrafos, reunidos em 55 linhas, sem fotografia. A matéria tem um tamanho grande para os padrões do veículo *on-line*. A autora da matéria

jornalística é a correspondente Eleonora Gósmán. A notícia está na categoria Política.

A matéria relata as posições opostas dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e da Argentina, Cristina Kirchner Fernández, demonstrado durante encontro em Montevideu (Uruguai), nas negociações sobre os conflitos comerciais envolvendo o Brasil e a Argentina. De acordo com a notícia, Lula se esquiva de falar em público sobre as divergências, geradas pela adoção de restrições por parte da Argentina, evitando até mesmo conceder entrevistas coletivas, mesmo quando previamente organizadas, como ocorreu em Montevideu (Uruguai). No texto, Cristina Kirchner Fernández, chamada pela sigla CKF (Cristina Kirchner Fernández), prefere alardear a política econômica argentina ao dizer que a política aduaneira pode ser adotada por Estados que conquistaram “um bom nível de reservas ou um bom volume de economia”, indiretamente, segundo ela, é o caso da Argentina.

A notícia informa ainda que Lula contou com o apoio da Venezuela e da Colômbia no embate, nos bastidores, com Cristina Kirchner. Na matéria, os presidentes do Brasil e da Argentina aparecem em *on* (quando a fonte é exposta) e há referência a um diplomata brasileiro não identificado em *off* (quando a fonte é preservada), que critica o discurso de Kirchner ao fazer comparações sobre as políticas adotadas por ela e pela Europa.

Interpretamos que o enquadramento dado à matéria jornalística é o do desconforto nas relações entre Brasil e Argentina, demonstrado pelas reações divergentes dos presidentes da República, em uma cúpula do MERCOSUL, no Uruguai. A matéria mostra o lado oficial, apresentado pelos discursos e pelas reações de Lula e Cristina Kirchner, mas também expõe os bastidores, relatando a estratégia do brasileiro de não conceder entrevista coletiva – em oposição à argentina, que o fez. É o recorte da realidade pelo ângulo da apresentação do conflito. Aqui vale destacar que, para Leal (1998, p.02), o enquadramento é um instrumento analítico importante para observar o papel político do veículo de imprensa.

Os valores-notícia aqui presentes são: a referência de elite, uma vez que os personagens envolvidos são os presidentes da República de dois países sul-americanos; a negatividade, pois há um conflito evidenciado nas relações comerciais entre Argentina e Brasil; a continuidade, pois o assunto não se extingue em uma única matéria jornalística; o inesperado, pois o presidente brasileiro, que normalmente é afeito a entrevistas à imprensa, esquiva-se de falar; a significância, pela importância do tema em si; a amplitude, pois um conflito entre dois parceiros do MERCOSUL acaba por envolver o bloco econômico como um todo, com ameaças de se estender para o restante da região; a frequência, pois o tema é constante no noticiário do veículo.



## 7. Empresários brasileiros e chilenos são muito mais otimistas do que argentinos

[http://www.ieco.clarin.com/economia/Brasil-Chile-empresarios-optimistas-0\\_183581657.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/Brasil-Chile-empresarios-optimistas-0_183581657.html)

Publicada em 04 de janeiro de 2010, às 18h22, em cinco parágrafos, reunidos em 21 linhas, sem fotografia. A matéria não tem autoria clara, o que, pela prática jornalística, interpretamos ser resultado coletivo da própria redação do veículo *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como as agências noticiosas. A matéria está na categoria Economia.

A notícia compara o otimismo do empresariado brasileiro e chileno com a cautela e

até mesmo o pessimismo argentino. A matéria é sustentada por pesquisa realizada pela consultoria Grant Thornton, especializada em relacionamento com “homens de negócios”, como informa a notícia, mostrando que 31% dos empresários argentinos avaliam 2010 como um ano de perspectivas mais otimistas que 2009. No Chile, o otimismo atinge 85%, e no Brasil, 71% de expectativas positivas. O estudo, de acordo com a matéria jornalística, envolve 7.400 empresas do setor privado de 36 economias.

A única fonte da matéria é o diretor-geral da consultoria, que fez a pesquisa, Arnaldo Hasenclever, que atribui o baixo otimismo argentino às dificuldades do país em superar os efeitos causados pela crise econômica internacional. Apesar de a notícia fazer comparações com o Brasil e Chile, não há fontes dos dois países nem maiores detalhes sobre o que provoca o otimismo entre os empresários brasileiros e chilenos.

Interpretamos que a construção da matéria leva ao enquadramento sobre a importância dada ao pessimismo argentino, deixando em segundo plano o otimismo dos países vizinhos. Implícitamente esclarece que a conquista das outras nações têm menor relevância do que as dificuldades da Argentina. Em relação ao enquadramento de uma matéria, Leal (1998, p.02) afirma tratar-se de um instrumento analítico importante sobre o papel político dos meios de comunicação na construção da realidade a ser apresentada à sociedade/leitor.

Os valores-notícia aqui identificados por nós são: a negatividade, algo que desperta a atenção e aguça a curiosidade; a referência da elite, os personagens centrais da matéria são os empresários; a continuidade, fato que significa que o assunto não se esgota apenas nessa matéria jornalística; significância, pela relevância que representa a opinião do empresariado na política econômica da Argentina; amplitude, pois envolve as impressões de empresários da região, não apenas da Argentina; e a frequência, uma vez que as perspectivas dos empresários fazem parte do tema recorrente do noticiário.

Home | Edición Impresa | Videos | Blogs | Widgets | Móviles | Mapas | Shopping | Clasificados | Más Oportunidades | Guías | Servicios

Viernes 15, Enero 2010

Clarín.com

Buscador de noticias NUEVO

El País | El Mundo | Cartas de lectores | Sociedad | Ciudad | Policiales | Deportes | Espectáculos | Ediciones Anteriores | Clasificados

VERANO 2010

### Tomar sin límites, clave para los jóvenes que eligen Brasil

Muchos argentinos valoran que allí hay más libertad

Por Javier Drovetto  
Fuente: FLORIANÓPOLIS. ENVIADO ESPECIAL

Está buena la birra", ofrece a los gritos en un español forzado Robson Gremisia, desde su carrito ambulante. Cuatro cordobesas que caminan por la avenida Leite da Costa se ríen. "También hay bastos", avanza, seguro de sus gracias y conexión con los argentinos que van y vienen, mayoría absoluta en esa zona de boliches y bares. Enfrente, desde una camioneta Volkswagen Sambar, alguien ofrece capirifas. Son las tres de la mañana en Canasvieiras y a cincuenta metros de ahí, hacen cola para entrar a dos boliches. Las mesas de los bares copan las veredas y están ocupadas. Un auto servicio despaicha bebidas para llevar. Nadie parece tener reparos en vender alcohol cuando sea, así se consumen las horas y se confirma una condición que sedujo a la juventud argentina: aquí no se habla de "ley seca" y nadie se siente perseguido.

"En Córdoba si vas por la calle con una botella de vodka tomando del pico, como aquellos pibes, le sacan carpiendo. No se puede comparar la libertad de aquí", afirma Mariano Moreschi, cordobés de Alta Gracia, quien para pagar sus primeras vacaciones en Brasil cada noche se calza la remera del pub Porto Night y tarjetita en varias esquinas. El bar despaicha bebidas hasta que ya no es rentable.

La elección de las vacaciones en Brasil tiene muchos argumentos, pero entre los jóvenes que vienen principalmente en micros o vanidos en un mismo auto y se hospedan en departamentos de un ambiente también pesa, y mucho, la manera de divertirse. "Me cansé de Mar del Plata, de los controles de alcoholemia regresando de las discas y de las pibas que se arman a la salida. Aquí me vuelvo caminando y puedo tomarme una capirifá casera en plena calle", explica Laura Mirabelli. Sus tres amigas asienten. Acaban de comprar por \$11 una capirifá en un puesto ambulante de la avenida Costa, donde el complejo Ilheus y Mood, dos discas, son la atracción principal. Otros seis bares apuntalan la preva. Por allí circulan cada noche unos 6 mil jóvenes. "Acá puedo meter 3.700 pibes. No hay límites en cuanto a la hora en la que pueden entrar. Lo único que me piden es que cierre a eso de las 5 de la mañana", cuenta Oscar Gutiérrez, ex rugbier de San Fernando, hoy dueño de Ilheus.

Los argentinos son en su mayoría de clase media y media alta, mayores de 20. No hacen disturbios. Son chicos que tienen su dinero, no piden en la calle para entrar a un bolicho y se sienten cómodos con los brasileños. Eso contribuye a que tengamos noches tranquilas", aseguran en Ilheus. "Culturalmente, aquí se vive así y por una cuestión de educación los jóvenes actúan con responsabilidad. Si el argentino se comporta pese a tener más libertades que en su país tiene que ver con una cuestión de contagio de la cultura de Florianópolis", dice Valdir Waldenowsky, jefe de la Secretaría de Turismo de Santa Catarina.

A las 5, cuando los discos cierran, algunos bares siguen abiertos y parte de la movida se traslada a la playa. "Los sábados la mayoría de los que vienen a pedir tragos son argentinos", dicen en el puesto playero "Caltó Balá" que con su nombre demuestra a que público apunta: "Si estuviéramos en la Argentina, ésto sería un descontrol. No se comparan las alternativas que tenemos para tomar algo y la tranquilidad de que ni la Policía ni los mismos pibes te van a molestar. Por eso elegimos Brasil", relata Ivónica Molina, portera de Parque Patricios, mientras compra un trago en un puesto callejero que llega a vender en una noche 150 tragos de fernet (\$22), que toman exclusivamente los argentinos, y principalmente los cordobeses.

"Lo que controlamos es que no haya peleas y que las discas cierren como máximo a las 5. Y aunque no lo hacemos directamente nosotros, se realizan controles de alcoholemia en la entrada a Canasvieiras", asegura Waldir Moreira, jefe de la Policía Militar del norte de la isla de Florianópolis. Clarín recorrió de noche el balneario y sus accesos, pero no halló controles.

#### MÁS INFORMACION

- La preva sigue estando vigente en Mar del Plata
- Pinamar: respetan los horarios pero los chicos se las rebuscan
- El "after beach" es el momento para juntarse a beber en Punta

#### RANKING DE NOTAS

Más leídas | Más recomendadas | Más comentadas

- Murió el joven que cayó desde un balcón en San Bernardo
- Pasaron de cartoneros a "cirujas VIP"
- Estiman que son 140.000 los muertos por el terremoto en Haití
- Choque con tres muertos en la ruta 2 en medio del intercambio turístico
- Se produjo el eclipse más largo del milenio: el próximo se verá en 3043

## 8. Jovens argentinos elegem Brasil por causa da liberdade

<http://edant.clarin.com/diario/2010/01/15/sociedad/s-02120160.htm>

Publicada em 15 de janeiro de 2010, sem horário, o que pela prática jornalística indica que a matéria foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *online*. A notícia tem seis parágrafos, reunidos em 48 linhas, sem fotografia. É

uma matéria grande para os padrões do veículo *on-line*. O autor da matéria jornalística é um repórter enviado para Florianópolis, Santa Catarina, Javier Drovetto. A notícia foi categorizada por nós em Geral, em *fait divers*.

A matéria jornalística relata as razões que levam os jovens argentinos a passar as férias de verão nas praias de Santa Catarina. Segundo o texto, os argentinos de classe média alta, com mais de 20 anos, são a maioria nas ruas, avenidas, bares, discotecas e restaurantes da região. A notícia inclui vários personagens, homens e mulheres, que contam o porquê de terem escolhido o Brasil. Laura Mirabelli diz que é possível, em Florianópolis, beber sem ser incomodada, enquanto Mariano Moreschi afirma que nada paga a liberdade que sente no Brasil.

O texto, no entanto, logo no primeiro parágrafo, mostra de maneira subliminar um lugar comum sobre o Brasil: a simpatia brasileira. Nesse parágrafo está o vendedor ambulante Robson Gremísai, que oferece seu produto aos berros, segundo o repórter em um “espanhol forçado”: “Olha a cerveja gelada”. Em seguida, o vendedor completa: “Também tem beijinhos”. Holanda (1976, p.106) destaca que a principal contribuição brasileira para a civilização será a da cordialidade: “Daremos ao mundo o homem cordial”, atribuindo a expressão ao escritor Ribeiro Couto para mencionar o trato, a hospitalidade, a generosidade e as virtudes “tão gabadas por estrangeiros que nos visitam”. A análise do autor reitera o mito sobre o povo brasileiro e sua tradicional cordialidade.

A matéria foi incluída em *fait divers*, considerando a definição de Barthes (1964, p.188-189), por envolver informações de conteúdo humano, curioso e de leveza, provocando sensações e reações. Interpretamos que a construção da notícia, a forma como ela é desenvolvida, definindo o enfoque, é voltada para a consolidação do estereótipo sobre o Brasil: a terra da fartura, pois a matéria descreve a abundância de bebidas e comida, da beleza e sensualidade, da liberdade e também da hospitalidade. Pelo enquadramento da notícia, de acordo com Lage (1998, p.378), o leitor observa a realidade construída pelo veículo, uma vez que nem sempre ele compreende o “jogo de interesses por detrás” existente.

Os valores-notícia aqui empregados são: a personalização, uma vez que cidadãos comuns passam a ter destaque – o vendedor ambulante e os turistas, por exemplo; a referência de elite, que se apresenta no fato de serem férias da classe média alta da Argentina; a significância, que está presente porque trata de férias e um dos locais

desejados pelos turistas argentinos; a frequência, considerando que as férias são programadas e duram um determinado período.

The screenshot shows the Clarín.com website interface. At the top, there are navigation links for Home, Edición Impresa, Vídeos, Blogs, Widgets, Móviles, and Mapas. A search bar is visible with the text 'Buscador de noticias NUEVO'. The main article is titled 'DERECHOS HUMANOS Lula: "No habrá caza de brujas en Brasil"' and is attributed to 'Por: BRASÍLIA, ANSA Y AP'. The article text discusses President Lula's stance on human rights and the military. A 'RANKING DE NOTAS' sidebar is also visible, listing other news items. At the bottom, there are social media sharing options and a footer with copyright information.

## 9. Lula: “Não haverá caça a bruxas no Brasil”

<http://edant.clarin.com/diario/2010/01/16/elmundo/i-02120929.htm>

Publicada em 16 de janeiro de 2010, sem horário, o que pela prática jornalística indica que a matéria jornalística foi inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A notícia tem seis parágrafos, reunidos em 21 linhas, sem

fotografia. A matéria tem três fontes originárias de produção: as agências noticiosas Ansa e Associated Press (AP), além de Brasília, não informando quem produziu a informação a partir da capital brasileira – nesse caso a hipótese é que a informação seja oriunda de uma das duas agências noticiosas que mantêm jornalista na capital. A notícia está na categoria Política.

A matéria jornalística relata que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva criará a Comissão da Verdade, mas informa que ele cedeu aos militares, não permitindo punições aos envolvidos em torturas, prisões e assassinatos no período da ditadura. A notícia informa ainda que Lula foi “claro” ao afirmar que não aceitará acusações, dizendo que: “Não permitirá caça a bruxas”. Segundo a notícia, o presidente disse que o objetivo da comissão é investigar as violações aos direitos humanos ocorridas durante a ditadura. O texto informa também que, no Brasil, a Lei de Anistia (1979) protege os torturadores, impedindo que a Justiça adote medidas de punição contra eles.

A notícia traz apenas uma frase em *on* (quando a fonte é exposta) do presidente Lula. O restante é contextualização e interpretação jornalística. Não há entrevistas com

especialistas, organizações não governamentais, entidades ligadas aos direitos humanos, ex-perseguidos políticos nem militares. A matéria é um relato, no qual a afirmação do presidente da República é uma reprodução de uma emissora de televisão brasileira, que não tem o nome mencionado.

Interpretamos que a construção da notícia foi realizada de maneira a levar o leitor a observar um presidente da República acuado pelas Forças Armadas, mas também pressionado pela opinião pública para dar uma resposta sobre os crimes não solucionados. Subliminarmente, a matéria indica que há pouca disposição política para rever a Lei da Anistia e encerrar o capítulo da ditadura no Brasil. Da maneira como a notícia é produzida, se considerarmos o que nos aponta Park (2003, p.145), a realidade é apresentada apenas parcialmente ao leitor.



## 10.Julio De Vido acusou Petrobras e Shell de desabastecer mercado

[http://www.ieco.clarin.com/empresas/Vido-disparo-Shell-Petrobras-nafta\\_0\\_222577780.html](http://www.ieco.clarin.com/empresas/Vido-disparo-Shell-Petrobras-nafta_0_222577780.html)

Publicada em 10 de março de 2010, às 15h53, em seis parágrafos, reunidos em 24 linhas, sem fotografia. A imagem que é observada na matéria jornalística é a de um vídeo com uma analista de economia que não tem relação direta com a notícia em si, mas acrescenta informações. A matéria não tem autoria clara, o que pela prática jornalística indica que foi produzida coletivamente pela própria redação

do noticiário *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como as agências noticiosas. A notícia está na categoria Economia.

A matéria jornalística relata as críticas do ministro do Planejamento da Argentina, Julio De Vido, que acusa a Petrobras e a Shell da adoção de uma política de

preços que atinge diretamente o mercado argentino, causando o desabastecimento no país e elevando as tarifas. A notícia informa ainda que De Vido estuda “recorrer” à Embaixada do Brasil para apresentar queixas contra a Petrobras e a Shell. A única voz na matéria é a do ministro, prevalecendo o tom oficial, sem contraditório. Não há fontes brasileiras para possível defesa das acusações nem para apresentar qualquer tipo de justificativa.

A julgar pela construção da matéria jornalística, subliminarmente compreendemos que a realidade apresentada é a de uma Argentina tratada de forma inadequada pelo vizinho, Brasil, para obter ganhos sobre o petróleo. Por meio de um comunicado à imprensa, também chamado de nota oficial, o ministro argentino acusa o Brasil de fazer uma “campanha midiática” para criar um clima de incerteza. Sem contestações, prevalece a verdade apresentada pela versão única. O enfoque da notícia é um dos instrumentos políticos mais poderosos da imprensa, remetendo-nos aqui a Leal (1998, p.02).

Os valores-notícias então identificados são: a frequência, uma vez que o assunto é recorrente e está presente no noticiário econômico do *on-line*; a amplitude, pois atinge a Argentina, o Brasil e pode se estender para o restante da região; a significância, pois o combustível é a base da economia de um país, sem ele praticamente tudo para; a continuidade, pois as divergências comerciais entre Brasil e Argentina são noticiados em um formato de novela, capítulo a capítulo; referência de elite, pois envolve um ministro de Estado tecendo críticas a um país vizinho.



## 11.Barreira dos alimentos: Dilma ameaça com represalias

[http://www.ieco.clarin.com/economia/Trabas-alimentos-candidata-Lula-represalias\\_0\\_260374141.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/Trabas-alimentos-candidata-Lula-represalias_0_260374141.html)

Publicada em 12 de maio de 2010, às 17h25, em cinco parágrafos, reunidos em 15 linhas, sem fotografia. A matéria não tem autoria clara, o que na prática

jornalística significa que foi produzida pela própria redação do *on-line* pelos jornalistas a partir de informações obtidas de várias fontes, como agências de notícias. A notícia foi categorizada por nós em Economia.

A notícia reproduz entrevistas concedidas pela então candidata à Presidência Dilma Rousseff, ao grupo de comunicação do Rio Grande do Sul RBS, e pelo ministro da Fazenda da Argentina, Amadeo Boudou, à Rádio Red. A matéria informa que Dilma ameaçou reagir à estratégia da Argentina, caso o país viesse a adotar medidas restritivas aos alimentos importados do Brasil. Boudou respondeu à Dilma de modo esquivo, mesmo o governo argentino tendo adiantado que implementaria ações de restrição para “proteger o mercado interno”.

Não há aspas completas nem uma entrevista mais profunda com as autoridades. Também não foram ouvidos especialistas em comércio exterior, empresários de ambos os países nem consumidores. A matéria é o relato quase oficial, uma vez que as fontes citadas são autoridades políticas.

Para nós, a interpretação é de uma apresentação da realidade como um prognóstico de conflito entre os países vizinhos com a possível eleição da candidata do PT. Isso porque, ao construir a matéria, cinco meses antes das eleições presidenciais, já se apontava o fato de que Dilma Rousseff, definida como a candidata do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, não aceitaria as medidas restritivas impostas pela Argentina. Ao organizar a notícia desta forma, para Reese (2001, p. 07), é apresentado “um mundo social” que não é exatamente a realidade.

Os valores-notícias aqui empregados são: a negatividade, que é a possibilidade de intriga entre os governos do Brasil e da Argentina, algo que desperta a curiosidade do leitor; a referência de elite, pois envolve a candidata à presidência, Dilma Rousseff, e o ministro da Fazenda da Argentina; a continuidade, pois o assunto não se extingue em uma única matéria; a significância, pela importância que as disputas comerciais têm na economia e política externas; a amplitude, pois uma divergência não solucionada acaba por predominar nas discussões bilaterais e multilaterais; e frequência, uma vez que o assunto é constante no noticiário.



Política El color del dinero

## Los frigoríficos brasileños ya bailan tango

05/09/10  
Por SILVIA NAIŠTAT

Acostumbrado a comunicar sólo buenas noticias, el gigante JBS se vio en figurillas los últimos tiempos para informar qué le pasa en Argentina. Sebastián Reynoso, de 40 años y larga carrera en la industria frigorífica, tuvo que informar a su jefe en San Pablo que había llegado la hora del ajuste.

Con ocho fábricas en el país, Joesley Mendonça Batista, CEO mundial del coloso, ordenó que cerraran tres, en lo que es un desafío que sorprende a un grupo con una trayectoria que lo convirtió en el número uno del planeta en el procesamiento de carnes bovinas. Con una facturación de US\$ 30.000 millones es, además, la tercera empresa de Brasil.

Las plantas que bajaron la persiana y JBS está tratando de vender, se ubican en las bonaerenses Ptolevedra y Berazategui y en San José, Entre Ríos.

JBS desembarcó en el país en 2005 con la compra de Swift en una operación financiada por generosos créditos del BNDS brasileño, a tasas mucho más bajas que las internacionales.

Pero las cosas cambiaron desde entonces y no solo porque la soja corrió a la ganadería hacia las provincias del norte. Los argentinos nos comimos una buena parte del rodeo vacuno y hoy hay poca hacienda que se paga a valores récord. El círculo se completa con una fuerte caída del consumo interno que se desbarancó de 71 kilos per cápita a 56 en 12 meses. También se desplomaron las exportaciones que no lograron reponerse tras la crisis financiera de 2008. Los consumidores sufren: el kilo de cuadrín en el mostrador está a la par de EE.UU. o Francia.

Miguel Schiaritti, de la cámara sectorial, le echa la culpa al secretario de Comercio, Guillermo Moreno que estranguló exportaciones y deprimió la cotización de la hacienda, con los efectos conocidos. Por cierto, no es la primera crisis que daña a esta industria.

Entre tanto, todos los días quedan en la calle grupos de 5 o de a 10 obreros. El sindicato denuncia 3.000 despidos. Y cerca de 7.000 trabajadores, cobran, cuando el ministerio de Trabajo no se atrasa, la llamada garantía horaria. Es de alrededor de 1.400 pesos mensuales, menos de la mitad del sueldo.

Compartir | Enviar | Imprimir

## 12. Frigoríficos brasileiros “dançam tango”

[http://www.clarin.com/politica/frigorificos-brasilenos-bailan-tango\\_0\\_329967127.html](http://www.clarin.com/politica/frigorificos-brasilenos-bailan-tango_0_329967127.html)

Publicada em 05 de setembro de 2010, sem horário, o que pela prática jornalística indica que a matéria jornalística deve ter sido publicada no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *online*. A notícia tem sete parágrafos, reunidos em 29 linhas, sem fotografia. A autora da matéria jornalística é a

jornalista Silvia Naishtat. A notícia foi categorizada por nós em Economia.

A matéria é sobre a crise no frigorífico JBS, a terceira no mercado de aves no Brasil, que é obrigado a reajustar os preços e, diante da situação, fecha três estabelecimentos na Argentina. Com um lucro de US\$ 30 bilhões, a empresa é apontada como beneficiada pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social). A notícia relata que a empresa conseguiu empréstimos com juros menores do que os cobrados no mercado. “Generosos créditos do BNDS [sic] brasileiro, a taxas muito mais baixas do que as internacionais”. Detalhe: a sigla da instituição brasileira BNDES é escrita de forma equivocada.

O texto é rico em adjetivos e opiniões, como “generosos créditos”, “taxas muito mais baixas”, “acostumado a lidar somente com boas notícias” em referência ao fato de o empresário Sebastián Reynoso, com 40 anos no mercado, comunicar ao chefe, em São Paulo, o fechamento de três empresas filiais do frigorífico na Argentina. Indiretamente, o enquadramento dado ao texto indica que, mesmo forte e em franca recuperação, a economia do Brasil não se sustenta sozinha e sofre com a fragilidade da economia da Argentina, exemplo disso é a necessidade de fechar três filiais do frigorífico na

Argentina. A ironia explicitada no título: “Frigoríficos brasileiros ‘dançam tango’” é detalhada na matéria repleta de análises do veículo.

Na matéria não há entrevistas em *on* (quando a fonte é exposta) nem em *off* (quando a fonte é preservada), mas um relato com informações sobre a necessidade de reajuste, gerando o fechamento de três filiais, os impactos no mercado de trabalho com demissões e os favorecimentos concedidos por uma instituição financeira brasileira ao empresário citado. Não constam especialistas, cidadãos nem fontes públicas ou oficiais fazendo análises na notícia. Com o enquadramento dado à matéria, a realidade apresentada é a de que o Brasil é menos autossuficiente do que se anuncia, pois uma grande empresa do setor é atingida pela frágil economia argentina. Pelo enquadramento, os meios de comunicação exercem seu papel político, de acordo com Leal (1998, p.02).

São estes os valores-notícia aqui identificados: o da frequência, pois o assunto é recorrente no veículo; o da amplitude, indicando que não existe um comportamento isolado na economia, mesmo quando ela está fortalecida, como é o caso do Brasil; o da significância, pois o mercado de carne é um dos principais para os argentinos; o da continuidade, há repercussões sobre o assunto; o da negatividade, uma vez que tratado fechamento de empresas e de demissões, e isso chama a atenção do leitor.



The image shows a screenshot of a news article from Clarín.com. The article is titled "Los países emergentes, estrellas del mundo de las fusiones en 2010" and is dated 18/01/11. The text discusses the growth of mergers and acquisitions in emerging markets in 2010, comparing it to 2007. It mentions that in 2010, there were 2,812 transactions worth \$563,900 million, a 22% increase from 2009. The article also notes that China led in operations, followed by India and Brazil. Other key transactions mentioned include the acquisition of Fennia by Telefonía, the acquisition of Sinpec by Repsol, and the acquisition of Pan American Energy by Bridas and China CNOOC. The article concludes that global mergers and acquisitions rose 25% to \$2.1 billion in 2010.

### 13. Países emergentes: Estrelas do mundo das fusões de 2010

[http://www.clarin.com/politica/paises-emergentes-estrellas-mundo-fusiones\\_0\\_410959085.html](http://www.clarin.com/politica/paises-emergentes-estrellas-mundo-fusiones_0_410959085.html)

Publicada em 18 de janeiro de 2011, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a matéria jornalística foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem cinco parágrafos, reunidos em 25 linhas, sem fotografia. A matéria jornalística não tem autoria clara, o que na prática jornalística indica que foi produzida de forma coletiva pela própria redação

do noticiário *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como agências de notícias. A notícia está na categoria Economia.

A matéria informa que das dez maiores fusões realizadas em 2009, pelo menos a metade ocorreu na América Latina. Segundo o texto, os países em desenvolvimento, não só na América Latina, registraram um total de 2.812 transações, envolvendo US\$ 563.900 bilhões, o equivalente a 22% mais em termos operacionais. O último recorde, diz o texto, foi em 2007, quando os países em desenvolvimento, incluindo a Argentina, registraram mudanças. A notícia não tem fontes explícitas nem em *off* (quando a fonte é preservada) nem em *on* (quando a fonte é revelada). Também faltam especialistas analisando o comportamento do mercado e trabalhadores opinando sobre os impactos dessas fusões. O Brasil é citado indiretamente no grupo dos países em desenvolvimento e no bloco do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul).

Interpretamos, em razão do enquadramento da matéria, que há uma construção da realidade exposta de maneira impessoal e apenas numérica. Porto (1998, p.24-25) recomenda que os veículos de imprensa, ao selecionar uma notícia, “democratizem” seus aspectos permitindo que mais vozes sejam apresentadas ao público. Os valores-notícia aqui identificados são: a continuidade, a questão empresarial é constantemente discutida e apresentada pelo veículo; a frequência, pois o assunto não se esgota em uma única matéria; a significância, pois o comportamento do mercado empresarial é fundamental para o crescimento da economia de qualquer país; a amplitude, pois atinge vários países, especialmente aqueles em desenvolvimento.



#### 14. Antecedentes (tragédia Brasil)

[http://www.clarin.com/mundo/Antecedentes\\_0\\_410358999.html](http://www.clarin.com/mundo/Antecedentes_0_410358999.html)

Publicada em 17 de janeiro de 2011, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a notícia foi inicialmente

publicada no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto é o

menor dos analisados qualitativamente do *Clarín*, com dois parágrafos e sete linhas, sem fotografia. Como a notícia não tem autoria clara, a hipótese é que foi produzida de forma coletiva pela própria redação do noticiário *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como agências de notícias. A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*.

A matéria jornalística faz uma síntese dos impactos das chuvas de verão no Rio de Janeiro. Mas a notícia não relaciona o lugar onde ocorre o que chama de “catástrofe”, apenas relata o fato: “Catástrofe. O desastre ocorreu na madrugada de quarta-feira; após vários dias de chuva forte e toneladas de lodo, pedras e água caíram sobre as ladeiras e povoados em uma área de cerca de 2.330 quilômetros quadrados. Vítimas. A cifra de mortos aumentou para 631, mas os funcionários [sic] temem que supere os mil já que há muitos soterrados em decorrência dos deslizamentos de terra”. Não há fontes em *on* (quando a fonte é exposta) nem em *off* (quando a fonte é preservada), e, apesar de ser um fato que envolve diretamente cidadãos, populares, não há depoimentos nem é percebida a presença deles. É um relato objetivo e claro, cuja emoção é exposta apenas pelos números alarmantes.

O enquadramento dado à matéria nos leva à interpretação de que a realidade mostrada é a de uma catástrofe sem controle por parte dos funcionários – serão eles funcionários do governo? – que temem que o número de mortos ultrapasse as supostas mil pessoas. Não há uma fonte oficial informando sobre as buscas, as medidas de prevenção ou a atenção com as vítimas. Subliminarmente, compreende-se que a construção da notícia indica um descaso governamental com o episódio que atinge uma área de mais de 2.330 quilômetros e que matou, pelo menos, 631 pessoas. Lage (1998, p.378) ressalta que o recurso do enquadramento, que possibilita o enfoque de uma matéria, é tão presente que as pessoas podem não entender o “jogo de interesses por detrás das notícias”.

A notícia foi categorizada em Geral, em *fait divers*, pois trata-se de uma catástrofe natural: a chuva intensa provoca deslizamentos que atingem uma região carente do Rio de Janeiro, cartão-postal brasileiro. Em *fait divers*, segundo Rabaça, Barbosa (1987, p.255), estão incluídos os acontecimentos que rompem com o cotidiano. Os valores-notícia aqui identificados são a negatividade, a palavra catástrofe é um alerta que chama a atenção do leitor; a continuidade, pois não se limita a uma única notícia; o inesperado, uma vez que mesmo ocorrendo chuvas de verão não se espera a morte de

mais de 600 pessoas; a significância, pelo conjunto atingido; a amplitude, pois a tragédia no Brasil não é isolada.



## 15. Argentina, Brasil e México dizem que não correm risco

[http://www.clarin.com/mundo/Argentina-Brasil-Mexico-sufren-riesgo\\_0\\_444555636.html](http://www.clarin.com/mundo/Argentina-Brasil-Mexico-sufren-riesgo_0_444555636.html)

Argentina, Brasil y México dicen que no sufren riesgo

15/03/11

BRAGENES

Argentina, Brasil y México dicen que no sufren riesgo

BRASIL, ARGENTINA Y MÉXICO, los países donde operan las seis plantas nucleares que hay en Latinoamérica, **buscaban ayer tranquilizar a sus ciudadanos** ante la crítica situación nuclear de Japón tras el terremoto del viernes.

En Argentina, el gerente de Control de reactores de la Autoridad Regulatoria Nuclear, Rubén Navarro, dijo que las usinas de Atucha y Embalse tienen "diferencias fundamentales" con las de Japón, tanto en su tecnología como en su localización. Lejos del mar y de zona de unión de placas tectónicas, las usinas de Atucha 1 y Embalse (y en breve Atucha 2) no corren el riesgo de ser afectadas por terremotos o tsunamis, y además poseen un diseño diferente de los modelos construidos en Japón. "Las usinas argentinas tienen un circuito intermedio de refrigeración entre el núcleo y el sector externo. Las japonesas no lo tienen", dijo Navarro, para quien la situación en Japón no deberá motivar medidas extraordinarias en las usinas argentinas.

También el gerente de relaciones institucionales de la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA), Gabriel Barceló, señaló a la agencia "señal que en la Argentina "se usa diferente tecnología y además no estamos en zona sísmica".

Para Leonán dos Santos, jefe del gabinete director de Eletronuclear, agencia brasileña responsable por la gestión de las usinas nucleares de Angra I y II en el litoral de Río de Janeiro, sería extraordinariamente difícil que esos reactores sufran problemas similares a los de Fukushima, porque utilizan una tecnología muy diferente.

En el caso de Fukushima, falló el sistema que bombea agua para enfriar el reactor, dijo, y ello no sería necesario en las usinas de Angra aún en una emergencia. Por otra parte, destacó que las usinas brasileñas están diseñadas para soportar terremotos de hasta 7 puntos en la escala de Richter.

Mauricio Ehrlich, geotécnico de la Universidad de Río de Janeiro, recordó a la prensa que "las posibilidades de tener un terremoto significativo son muy pequeñas" en la región de Angra.

Sin embargo, voces de alerta no tardaron en levantarse. El presidente del Senado de Brasil, José Sarney, sugirió ayer que será necesario reevaluar el papel de las usinas nucleares en la matriz energética de cada país. Con relación a las usinas de Angra, la preocupación de los expertos se centra más en las dificultades de evacuar las ciudades próximas ante una emergencia, ya que apenas existe una ruta en la zona. Brasil inició en 2010 la construcción de una tercera usina, Angra III.

Para Epifanio Ruiz, experto de Ciencias Nucleares en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la central nuclear de Laguna Verde (compuesta por dos usinas similares) "cuenta con los sistemas de seguridad necesarios para una nucleoelectrónica, los cuales son revisados cada año" conforme a los acuerdos con la AIEA. La central de Laguna Verde se encuentra sobre el Golfo de México, a 490 km de ciudad de México.

Publicada em 15 de março de 2011, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a notícia foi publicada antes no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A matéria jornalística não tem autoria clara. A hipótese é que foi produzida de forma coletiva pela própria redação do noticiário *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como as agências noticiosas. O texto tem oito parágrafos, reunidos em 42 linhas. A fotografia mostra quatro militares fazendo o resgate de uma mulher em uma maca. A notícia está na categoria Geral, *em fait divers*.

A matéria jornalística informa que as autoridades e especialistas do Brasil, da Argentina e do México, que são países que têm plantas nucleares, descartam o risco de um acidente radioativo semelhante ao ocorrido em Fukushima, no Japão. Em Fukushima, houve vazamento na usina contaminando toda a região. A matéria inclui avaliações, em *on* (quando a fonte é exposta), de Leonan dos Santos, chefe de gabinete diretor de Eletronuclear, agência brasileira responsável pela administração das usinas de Angra I e II no Rio de Janeiro; de Mauricio Ehrlich, geotécnico da Universidade do Rio de Janeiro [UFRJ]; do senador José Sarney, presidente do Senado; de Epifanio Ruiz,

especialista em Ciências Nucleares da Universidade Nacional Autônoma de México (UNAM).

Em razão do enquadramento dado à matéria jornalística, no qual há três fontes brasileiras, apenas uma fonte mexicana e nenhuma argentina, interpretamos que há compreensão implícita de que a preocupação principal está localizada no Brasil, e não nos demais países. Ao expor as avaliações de dois especialistas e de um político brasileiro, a notícia indica que se houver alguma ameaça, existe uma espécie de acordo entre os setores brasileiros para não informar a verdade. Está na obra de Reese (2001, p. 07) o que nos parece importante aqui enfatizar: a organização na construção da notícia permite a orientação dos fatos para a apresentação de uma realidade a partir do enfoque e do destaque dado.

Os valores-notícia aqui identificados são: a significância pela relevância do tema; a referência de elite, uma vez que envolve políticos e especialistas de elevado padrão; continuidade, pois o assunto não se esgota em uma única matéria; a amplitude, uma vez que questão da usina de Fukushima virou preocupação mundial acedendo a luz de alerta sobre o tema e frequência, pois aparece no noticiário de forma constante.



## 16. Brasil registra maior inflação em seis anos: 7,31%

[http://www.ieco.clarin.com/economia/inflacion-sigue-subiendo-Brasil-acumula\\_0\\_568143385.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/inflacion-sigue-subiendo-Brasil-acumula_0_568143385.html)

Publicada em 7 de outubro de 2011, às 12h32, em quatro parágrafos, reunidos em 29 linhas, sem fotografia. A origem da matéria é *Agence France-Presse* (AFP). A notícia está na categoria Economia. A matéria jornalística

é uma espécie de relato negativo sobre o registro da maior alta da inflação brasileira dos últimos seis meses: 7,31%.

A matéria informa que a inflação brasileira voltou a aumentar em setembro, e alcançou 0,53% mensal. A variação de preços acumula 7,31% em 12 meses, diz o texto, acima da estimativa oficial e um recorde nos últimos seis meses, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em agosto, informa a notícia, o Índice de Preços ao Consumidor Ampliado (IPCA) alcançou 0,37%. O acumulado do ano, de janeiro a setembro, soma 4,97%. Na notícia, aparecem os dados oficiais do IBGE e IPCA, além do presidente do Banco Central, Alexandre Tombini, em *on* (quando a fonte é explícita) justificando tecnicamente o que ocorreu.

A interpretação a que chegamos nessa análise, dado o enquadramento da notícia, é a de que o momento econômico do Brasil é retratado como algo delicado e tenso, pois a alta da inflação é a maior dos últimos seis anos. Não há um especialista analisando a situação, a não ser as fontes oficiais, em uma indicação de que a matéria apresenta a realidade do governo sobre a situação. Leal (1998, p.02) ressalta que o enquadramento, por meio do qual é dado o enfoque de uma matéria jornalística, é um instrumento político para os meios de comunicação. Nele, a realidade reproduzida para o público é a escolhida pelo veículo de imprensa.

Os valores-notícia aqui identificados são: o da negatividade, expondo a alta da inflação e as consequências negativas desse dado; o da significância, uma vez que o assunto é de extrema importância para o equilíbrio econômico do Brasil e da região; o da amplitude, pois a inflação alta transforma-se em problema não só para o Brasil, mas também para outros países; o da frequência, pois é assunto recorrente no noticiário; o da continuidade, uma vez que não se esgota em uma única matéria.

## **17. Brasil supera Grã-Bretanha e é sexta economia mundial**

[http://www.clarin.com/mundo/Brasil-Gran-Bretana-economia-mundial\\_0\\_616138558.html](http://www.clarin.com/mundo/Brasil-Gran-Bretana-economia-mundial_0_616138558.html)

Publicada em 26 de dezembro de 2011, às 15h42, em oito parágrafos, reunidos em 48 linhas, sem fotografia, mas à direita da tela é possível ver uma série de imagens. São referências a outras notícias e também à publicidade, não há relação direta com a referida matéria jornalística.

A notícia está na categoria Economia. A notícia se sustenta em uma entrevista reproduzida pela rádio BBS. Sem autoria aparente, a hipótese é a de que a matéria jornalística foi produzida de forma coletiva pela redação, utilizando informações da notícia da rádio.



A matéria jornalística relata que o Centro de Investigações em Economia e Negócios (cuja sigla em inglês é CEBR) anunciou que a economia brasileira superou a da Grã-Bretanha e passou a ser a sexta do mundo. A fonte em *on* (quando a fonte é exposta) é o diretor executivo do órgão, Douglas Mc Williams. O diretor atribui os avanços econômicos do Brasil aos programas sociais, como as 13 milhões de famílias que recebem benefícios, como o Programa Bolsa Família. Uma pequena contextualização da matéria informa que uma família pode receber cerca de US\$ 130 (R\$ 242 mensais).

Percebemos que a matéria informa de modo explícito que os programas sociais são a principal colaboração para a elevação econômica do Brasil. A análise se sustenta exclusivamente na avaliação de uma fonte, que é o diretor do CEBR, não há outras opiniões. Dessa maneira, a realidade apresentada é baseada em uma única análise, sem contestações. Vale aqui fazer referência a Lage (1998, p.378), pois considera que o “jogo de interesse por detrás das notícias” está tão impregnado no presente que nem sempre é perceptível.

Os valores-notícia aqui identificados são o inesperado, pois o Brasil superar a Grã-Bretanha economicamente seria algo inimaginável há algum tempo, e isso ocorreu; a significância, considerando a importância do fato; a frequência, pois a questão

econômica é recorrente no noticiário; a continuidade, pois é preciso manter o assunto em discussão; a amplitude, pois atinge vários países.



## 18. Forte crescimento, mas ainda com escasso desenvolvimento social

[http://www.clarin.com/mundo/Fuerte-crecimiento-escaso-desarrollo-social\\_0\\_616738375.html](http://www.clarin.com/mundo/Fuerte-crecimiento-escaso-desarrollo-social_0_616738375.html)

Publicada em 29 de dezembro de 2011, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem sete parágrafos, reunidos em 45 linhas, sem fotografia. As imagens observadas à direita da tela são de informações de outras notícias e anúncios publicitários, não há uma relação direta com a matéria

jornalística referida. A autora da notícia é a correspondente Eleonora Gósmán. A notícia está na categoria Economia.

A matéria se sustenta nas avaliações feitas pelo ministro da Fazenda do Brasil, Guido Mantega, e do jornalista Gilberto Dimenstein, do jornal brasileiro *Folha de S. Paulo*. Em tom de crítica e desconfiança, a pergunta que guia a notícia é: “Quanto há de certo e de ficção?” referindo-se aos dados sobre o “imenso território sul-americano”. O texto informa que de 2002 a 2008, a tendência de crescimento era contínuo. Mas em 2009, a crise financeira atingiu o país e a economia começou a declinar, em 2010 iniciou-se o processo de recuperação.

Porém, a matéria jornalística alerta, baseada na avaliação de Dimenstein, que é uma espécie de senso comum, que é preciso ter cuidado ao mencionar os avanços brasileiros. O jornalista, segundo a notícia, diz que só há avanços quando existem melhorias sociais, na educação e na saúde, bem como na vida das pessoas. Faltaram na matéria análises em *on* (quando a fonte é exposta) de especialistas e de autoridades do governo para dar sustentação aos dados numéricos. Também não há opiniões de cidadãos para indicar que a avaliação de Dimenstein corresponde às expectativas.

Pelo enquadramento escolhido, na seleção e organização da matéria jornalística, a desconfiança sobre os dados é exposta, justificada de maneira frágil, mas deixa no ar a impressão de que não há como sustentar as informações. Porto (1998, p-24-25) defende a abertura dos espaços na imprensa para a sociedade civil, os grupos organizados e as minorias apresentarem seus pontos de vista. Nessa matéria, esse seria o caso.

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, a partir do momento em que há dúvida em trono da veracidade dos dados sobre Brasil; a significância, pois há um alerta ao apresentar o que o governo informa e o que existe no país; a amplitude, mostrando o Brasil “real”, apresentado pelo veículo *on-line*, e o exposto pelas autoridades; a continuidade, pois o assunto não se esgota em uma única matéria jornalística; a frequência, o assunto está presente no noticiário independentemente do mês e ano.

The screenshot shows the iEco website interface. At the top, there are market indices: Merval (6440,65), Bovespa (51.701,05), Nikkei (14.961,28), FTSE 100 (6.659,04), CAC40 (4.430,86), DAX 30 (9.623,36), Dow Jones (16.573,00), and MIBID30 (4.276,46). The date is Thursday, 03.04.2014. The main headline is "Para Brasil, 'la Argentina ha sido un problema permanente'". The sub-headline reads: "El ministro de Industria sostuvo que 'es difícil lidiar con ellos', en referencia a la Argentina, pero reconoció que tienen superávit comercial y que solo se iniciarán negociaciones cuando el nuevo régimen de importaciones entre en vigor". The article text discusses the trade relationship between Argentina and Brazil, mentioning the Argentine government's stance and the impact on the Brazilian economy. A sidebar on the right contains "LO ULTIMO" with news items like "CAME: Las ventas recortadas cayeron 7,2% en marzo" and "FIRE TV: Amazon lanza Fire TV, un dispositivo para ver contenidos online por televisión".

19. Para Brasil, “a Argentina tem sido un problema permanente” [http://www.iEco.clarin.com/economia/Brasil-Argentina-problema-permanente\\_0\\_629937223.html](http://www.iEco.clarin.com/economia/Brasil-Argentina-problema-permanente_0_629937223.html)

Publicada em 18 de janeiro de 2012, às 16h35. A matéria não tem autoria clara, o que na prática jornalística indica que foi produzida coletivamente pela própria redação do noticiário *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como as agências noticiosas. O texto apresenta dez parágrafos, reunidos em 53

linhas, sem fotografia. É uma matéria considerada grande para os padrões do veículo *on-line* argentino. A notícia foi categorizada por nós em Economia.

A matéria jornalística expõe um tema que é recorrente no noticiário do *on-line*: as divergências entre Brasil e Argentina sobre as barreiras comerciais. Utiliza como base uma notícia do jornal *Estado de S. Paulo*, na qual o ministro da Indústria e Comércio do Brasil, Fernando Pimentel, argumenta: “A Argentina tem um sido um problema permanente. Temos boas relações políticas, mas economicamente, é difícil lidar com eles”. Também apresenta a versão argentina, dada pelo ministro das Relações Exteriores, Luis Almagro, que ameniza o impasse ao afirmar que o comércio bilateral entre os dois países é positivo.

Interpretamos que, ao dar um enquadramento, baseado na reprodução de uma entrevista do ministro brasileiro a um veículo de imprensa do Brasil, o noticiário *on-line* não busca uma fonte primária nem exclusiva para expor o tema, correndo o risco de noticiar algo cuja origem não é certificada pelo próprio veículo. Implicitamente, o enfoque dado à notícia indica o incentivo ao conflito porque expõe as divergências entre Brasil e Argentina com opiniões opostas de dois ministros de Estado. É o espírito bélico e de permanente disputa entre vizinhos na discussão. Também aqui é bastante pertinente retomar o texto de Reese (2001, p.07), para quem a organização da notícia é a forma como o mundo é exposto e a realidade “criada” para apresentá-lo.

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, pois há um claro estímulo ao confronto entre Brasil e Argentina; a frequência, o assunto é constante no noticiário; a continuidade, o tema é renovado de modo permanente para manter o assunto em pauta/discussão; a amplitude, pois envolve duas nações que além de vizinhas, representam força política e econômica intensa na região; a referência de elite, pois envolve discussões entre dois ministros de Estado,



## 20. Ascensão social: 60% dos brasileiros já são da classe média. 23/01/2012

[http://www.clarin.com/mundo/Ascenso-social-brasilenos-clase-media\\_0\\_632936745.html](http://www.clarin.com/mundo/Ascenso-social-brasilenos-clase-media_0_632936745.html)

Publicada em 23 de janeiro de 2012, sem horário exposto, indicando que a matéria deve ter sido publicada no veículo impresso e depois reproduzida no *on-line*. A prática jornalística demonstra que quando um texto é inicialmente publicado no impresso de um veículo que também tem noticiário *on-line*, muitas vezes não há indicação do horário da publicação. O texto tem 14 parágrafos, reunidos em 76 linhas, considerado grande para os padrões do noticiário *on-line* argentino. Há uma fotografia na qual dois jovens circulam em um local público, impossíveis de identificar qual é pois está desfocado o fundo da foto, mas a legenda diz que é um shopping em Brasília. Não é possível ter certeza sobre a informação, pois não há lojas nem letreiros que indiquem a referência. A autora da matéria jornalística é a correspondente Eleonora Gósmán, de São Paulo. Identifica-se aí uma imprecisão pelo menos: a correspondente escreve de São Paulo, mas a imagem fotográfica é de Brasília. A notícia está na categoria Economia.

A matéria jornalística relata que mais de 10 milhões de brasileiros saíram da extrema pobreza na última década, permitindo que, pela primeira vez na história do Brasil, “muito desigual”, a classe menos favorecida represente, atualmente, 1% dos 49 milhões que ainda se encontram na faixa de pobreza. A notícia reproduz dados do jornal Estado de S. Paulo, mas também inclui informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Oxfam, organização não governamental (ONG) que lida com questões de pobreza, da filósofa Marilena Chauí e de um bancário, Marcos Braga, que

no ano anterior realizou o sonho de ir para a Europa com a família. Todas as fontes em on(quando a fonte é exposta) confirmam que houve uma redução da população na extrema pobreza no Brasil bem como ascensão da classe média.

Pelo enquadramento da notícia, nossa interpretação é a de que houve uma busca na confirmação da realidade apresentada por meio de diferentes fontes: um jornal de veiculação nacional no Brasil (*Estado de S. Paulo*), um instituto público (IBGE), uma ONG, uma filósofa e professora da Universidade de São Paulo respeitada (Chauí) e um cidadão da classe média que foi a Londres, Madri e Roma. O enfoque é o da mudança do perfil socioeconômico brasileiro referendado por dados e análises. Nesse caso, a recomendação de Porto (1998, p.24-25), vale lembrar, a de “abrir” a seleção do noticiário para a sociedade civil, grupos subalternos e minorias para que apresentem suas opiniões, é seguida.

Os valores-notícia aqui identificados são: a significância, a partir da revelação sobre a mudança de perfil socioeconômico do país; o inesperado, pois a tendência do senso comum é a de expectativa de agravamento de um determinado quadro, dificilmente o de sua reversão; a amplitude, pois o que ocorre no Brasil pode ser referência para outros países, não precisa ser necessariamente uma situação isolada; a frequência, é um assunto que não se esgota em uma única matéria jornalística; a continuidade, porque está constantemente em discussão.



## 21. Brasil confirmou apoio para a região 19/01/2012

[http://www.clarin.com/politica/Brasil-confirmo-apoyo-region\\_0\\_630536974.html](http://www.clarin.com/politica/Brasil-confirmo-apoyo-region_0_630536974.html)

Publicada em 19 de janeiro de 2012, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a matéria foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário on-line. O texto tem oito parágrafos, reunidos em 35 linhas, sem fotografia. As imagens que aparecem à direita da tela são de anúncios publicitários e também de outras notícias que não têm relação direta com a

referida matéria jornalística. A autora da matéria jornalística é a correspondente Eleonora Gósmán. A notícia está na categoria Política.

A matéria, que tem como principal fonte o ministro das Relações Exteriores, Antonio Patriota, informa que o Brasil apóia as reivindicações da Argentina na disputa com a Grã-Bretanha pelo controle das Ilhas Malvinas. O texto aponta ainda que recentemente o chanceler britânico, William Hague, visitou o Brasil à espera de obter o apoio do país na disputa pelas ilhas, mas não conseguiu sucesso. De acordo com a matéria, Patriota afirma que os blocos do MERCOSUL e da União de Nações Sul-Americanas (UNASUL), assim como os da América Central, estão ao lado da Argentina.

Interpretamos que, subliminarmente, a construção da matéria leva ao enquadramento da notícia de tal maneira que, pelo menos no âmbito da política regional, a Argentina tem maioria do apoio e que a disputa com a Grã-Bretanha pelo domínio das Ilhas Malvinas é desfavorável para os britânicos. A única voz que está em *on* (quando a fonte é exposta) é a do chanceler brasileiro, dado que leva à organização de uma realidade em tom oficial e unilateral. Não há ninguém que conteste o que ele disse. Para Leal (1998, p.02) é por meio do enquadramento que os meios de comunicação manifestam seu papel político.

Os valores-notícia aqui identificados são: o da referência de elite, pois envolve dois ministros de Estado e três países – Argentina, Grã-Bretanha e Brasil; a amplitude, uma vez o assunto ganhou repercussão internacional; a frequência, a matéria não se limita a única publicação; a significância, então representada pela relevância do assunto; a continuidade, que leva em consideração o dado de que o tema é constante no noticiário.



## 22. Exportações industriais: Brasil começa a se desgrudar da Argentina

[http://www.ieco.clarin.com/economia/Brasil-empieza-desmarcarse-Argentina\\_0\\_797320318.html](http://www.ieco.clarin.com/economia/Brasil-empieza-desmarcarse-Argentina_0_797320318.html)

Publicada em 06 de janeiro de 2009, às 22h03, em 21 parágrafos, reunidos em 67 linhas, sem fotografia. A matéria tem um tamanho grande para os padrões do veículo. O autor da matéria jornalística é o jornalista Alcadío Oña, que aparentemente produziu a notícia da Argentina, pois quando o repórter se desloca é utilizada a palavra “enviado” no alto da página, próximo ao nome do profissional – padrão que é utilizado na imprensa ocidental. A notícia foi categorizada por nós em Economia.

A matéria jornalística tem um forte conteúdo opinativo e reúne seis fontes, das quais três são em *off* (quando a fonte é

preservada): um empresário brasileiro, um analista de mercado e um diplomata brasileiro. As fontes em *on* (quando a fonte é exposta): a Secretaria de Comércio Exterior do Brasil, o ministro da Indústria da Argentina, Guillermo Mota, e o vice-ministro da Economia da Argentina, Axel Kicillof. A notícia informa que o Brasil busca alternativas para evitar a dependência da Argentina e também do Paraguai dentro do

bloco do MERCOSUL. Repleta de opiniões em *off*, as sustentações sobre a situação econômica do Brasil e suas movimentações são apresentadas também pelos dados em *on*.

Consideramos que a notícia foi construída a partir do incômodo do empresariado brasileiro com as barreiras comerciais e com o estancamento da economia. A maneira como é selecionada, organizada e publicada a notícia leva à construção da realidade apresentada ao público. É o enquadramento dado à notícia. O desconforto provocado pelos empresários gera uma reação em cadeia: a busca por caminhos alternativos, analistas de mercado e diplomatas avaliando as consequências e as fontes oficiais dos governos reagindo. Pelo enquadramento escolhido, a realidade é apresentada com um elevado grau de tensão e provoca apreensão no setor econômico na Argentina. É exemplo da estruturação do mundo social de que trata Reese (2001, p.07).

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, o alerta provocado pela possível busca de alternativas do empresariado brasileiro gera apreensão na economia da Argentina; a frequência, o assunto é mantido em pauta no noticiário; a continuidade, é preciso dar prosseguimento a esse assunto que tem vários desdobramentos; a amplitude, pois o que envolve economia tem também repercussões em várias outras áreas, como política e social; a referência de elite, uma vez que os empresários pertencem a uma classe privilegiada da sociedade.



### 23. Brasil ameaça com represálias

[http://www.clarin.com/opinion/Brasil-amenaza-represalias\\_0\\_814118581.html](http://www.clarin.com/opinion/Brasil-amenaza-represalias_0_814118581.html)

Publicada em 19 de novembro de 2012, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A matéria apresenta como autora da notícia o jornal

brasileiro *Estado de S. Paulo*, indicando que foi um editorial do veículo brasileiro, reproduzido pela própria redação do *on-line* argentino. O texto tem seis parágrafos, reunidos em 26 linhas, sem fotografia. A notícia está na categoria Economia.

O editorial do jornal *O Estado de S. Paulo* é publicado na seção de notícias de Economia do *on-line* como se fosse uma matéria produzida pelo veículo. Optamos por mantê-lo aqui como exemplo de notícia a ser analisada qualitativamente, pois é uma referência ao fato de que um veículo brasileiro passa a ser interpretado pelo noticiário *on-line* argentino como a “voz do Brasil”, aqui sem nenhum trocadilho com o programa oficial da Rádio Nacional, emissora pública brasileira.

O texto menciona que o Brasil está “incomodado” com a fixação de barreiras comerciais por parte da Argentina, e que ameaça reagir. Segundo o editorial, houve uma queda de 19,4%, de janeiro a setembro, nas importações procedentes da Argentina para o Brasil. Não há referência sobre quais medidas serão adotadas, apenas a informação de que no passado o Brasil fixou restrições à importação de automóveis oriundos da Argentina.

Podemos considerar que a opção do veículo em publicar o editorial do Estado é a escolha pelo enquadramento da notícia a partir do enfoque sobre o confronto iminente entre Brasil e Argentina, “confirmado” por um veículo brasileiro que é reconhecido e respeitado. Indiretamente, o texto é um alerta sobre uma situação de conflito à vista e que, por enquanto, está no campo político e nos bastidores. É a presença sutil do recurso, tratado por Lage (2001, p.01), do enquadramento que pode esconder um “jogo de interesses por detrás das notícias”.



## 24. Niemeyer: Despedida no Palácio do Planalto

[http://www.clarin.com/sociedad/Despiden-Niemeyer-edificios-emblematicos\\_0\\_823717790.html](http://www.clarin.com/sociedad/Despiden-Niemeyer-edificios-emblematicos_0_823717790.html)

Publicada em 06 de dezembro de 2012, às 09h49, em cinco parágrafos, reunidos em 26 linhas, sem fotografia. Novamente as imagens que aparecem à direita da tela são relativas a anúncios publicitários e a outras notícias, não tem relação direta com a referida matéria

jornalística. A autora da notícia é a correspondente Eleonora Gósmán.

Niemeyer, de 104 anos, referência da arquitetura moderna, morreu de infecção respiratória, depois de um mês e três dias internado em estado grave. O arquiteto que projetou as principais obras de Brasília, a capital federal, deixou um legado espalhado pelo mundo. A morte dele gerou manifestações de políticos, intelectuais, artistas e admiradores brasileiros e estrangeiros. A notícia foi categorizada por nós em Geral, em *fait divers*. A matéria foi incluída em *fait divers* por envolver tema de interesse humano: morre uma referência na arquitetura não só no Brasil como também no mundo. A notícia não cabe em Política nem em Economia, então foi colocada na categoria Geral.

O relato sobre a morte de Oscar Niemeyer ganha um tom próximo ao oficial, pois a correspondente optou por começar a matéria com a nota da presidente Dilma Rousseff sobre o arquiteto. “Poucos sonharam tão intensamente e fizeram tantas coisas como ele”, diz a nota de Dilma, que ganhou destaque na notícia, logo nas primeiras linhas do primeiro parágrafo. A carga emocional do texto se limita às impressões de Dilma. Nos parágrafos seguintes, a correspondente relaciona as obras de Niemeyer espalhadas pelo mundo. O senso comum predomina quando a matéria se refere a Brasília: “Essa cidade poderá se despedir hoje de seu criador”.

Interpretamos, pelo enquadramento da notícia, que a construção da matéria se baseia no caráter oficial, por conta da escolha de destacar a nota oficial da presidente da República. Subliminarmente, a decisão é para referendar a ideia de que Niemeyer era

uma personalidade pública respeitada e uma espécie de ícone. Porém, a escolha pelo destaque ao comunicado da presidente reduz a carga emocional que poderia ter sido dada à matéria por meio de depoimentos – de arquitetos, intelectuais, amigos, parentes e políticos. A escolha feita contemplou uma matéria quase relatorial, compreende-se que o *on-line* evita matérias com elevadas cargas emocionais.

Os valores-notícia aqui identificados são: personalização a partir do personagem Niemeyer, tema da matéria; referência de elite, uma vez que envolve uma pessoa que é conhecida internacionalmente; inesperado, que é a notícia de morte; frequência, que é o fato de dar o desfecho sobre o arquiteto cuja saúde vinha se fragilizando e era acompanhada pela imprensa, inclusive, pelo veículo *on-line*; significância, pela importância de Niemeyer no cenário artístico e cultural.

### 6.2.3 ABC Color

As seis primeiras notícias selecionadas são de 2009 e, assim seguem: a mesma quantidade em 2010, 2011 e 2012 (verificar Tabela). As matérias jornalísticas do *ABC Color* têm mais de 18 linhas. Mas o número varia conforme o tema. As maiores aqui selecionadas são referentes às questões políticas. As notícias foram escolhidas para a análise qualitativa a partir da frequência dos grupos temáticos predominantes identificados a partir do levantamento descritivo feito na etapa anterior. Das 24 notícias analisadas nesta etapa, 14 têm fotografia e dez foram publicadas sem foto.

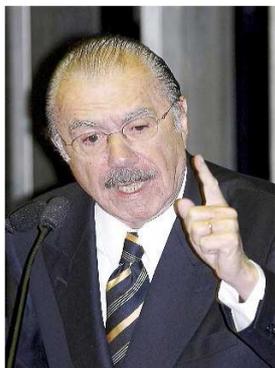
Nesse veículo, na categorização das notícias, realizada durante o trabalho do levantamento descritivo do *corpus*, prevaleceram as matérias jornalísticas da categoria Política. Das 4.122 compiladas, 837 estão em Geral; 2.207 em Política e 837 em Economia.

<b>Tabela: Origem da Produção</b>				
<b>24 notícias</b>	<b>Agências de Notícias (AFP, AP, EFE e Ansa)</b>	<b>Redação</b>	<b>Repórter</b>	<b>Correspondente</b>
	20	1	3	0

Das 24 notícias aqui analisadas qualitativamente, 20 são originárias de agências noticiosas internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), *France-Press* (AP), EFE e Ansa; três escritas pela mesma jornalista Antonella Brignardello, cujo material tem no alto da página a referência à cidade do Rio de Janeiro, todavia ela não é enviada especial nem correspondente. Na imprensa ocidental, quando um profissional faz coberturas fora do seu país de origem ou em cidades distintas da sua, há menção como “enviado especial” ou “correspondente”. Pesquisa realizada no perfil do *ABC Color*, na rede social *Facebook*, informa que Brignardello é repórter da *TV ABC Color*, sediada em Assunção (capital do Paraguai). Apenas uma matéria analisada tem como origem a produção coletiva de redação. Houve situações em que duas notícias –de três a quatro agências noticiosas originaram o material para a matéria jornalística publicada.

31 DE JULIO DE 2009

## Afirman que Sarney comanda una "mafia"



Afirman que Sarney comanda una "mafia", 5545 / ABC Color

BRASILIA (ANSA). El senador José Sarney, titular de la Cámara y aliado del presidente brasileño Luiz Lula da Silva, comanda hace décadas una "mafia siciliana" que degradó al Congreso, afirmó el legislador opositor Arthur Virgilio, jefe del bloque del Partido de la Socialdemocracia Brasileña (PSDB).

Sarney montó "un imperio de corrupción" y es la cabeza de una organización comparable a "la camorra napolitana o a la mafia siciliana" aseveró Virgilio, del PSDB, partido del ex presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2003).

El dirigente socialdemócrata anticipó que el martes defenderá en el Consejo de Ética de la Cámara Alta denuncias contra Sarney por desvío de dinero de la empresa petrolera Petrobras y tráfico de influencias, entre otras imputaciones. Si los cargos fueran comprobados Sarney será imputado como transgresor al decoro parlamentario, falta grave en los códigos de conducta que es sancionada hasta con el desafuero.

"Tengo una disposición santa en ir hasta las últimas consecuencias con esta causa, le duela a quien le duela, yo no soy bueno, estoy haciendo algo que nadie hizo en la República", exclamó Virgilio, conocido como uno de los más frontales opositores al gobierno del presidente Lula da Silva.

El tono empleado por el senador socialdemócrata traduce la gravedad de la crisis política que sacude al Senado aún en época de receso, ya que la actividad parlamentaria se reiniciará la semana próxima.

La situación en el Legislativo es vista con preocupación en el Palacio del Planalto, sede presidencial.

Lula aboga por la continuidad de Sarney, del Partido Movimento Democrático Brasileño (PMDB, centro) al frente del Senado por entender que con ello se garantiza la continuidad de la coalición partidaria que da sustentación a su gobierno.

### HERRAMIENTAS

 Curtir 0

 +1 0

 Facebook

 Twitter

 Enviar por mail

 Tamaño de texto

 Imprimir nota

 Reportar error

## 1. Sarney comanda uma máfia

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/afirman-que-sarney-comanda-una-mafia-6903.html>

Publicada em 31 de julho de 2009, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem sete parágrafos, reunidos em 26 linhas, com uma fotografia de José Sarney, com o dedo esquerdo em riste, usando um terno escuro e uma gravata sóbria, dando a entender que faz um alerta. A origem da matéria é a agência italiana Ansa. O crédito da foto é do próprio *ABC Color*. A notícia está na categoria Política.

Ex-presidente da República (1985-1990), ex-governador do

Maranhão e tendo presidido o Senado por três vezes, José Sarney é um dos políticos mais atuantes e controversos do Brasil. Apesar de ter construído sua trajetória política no Maranhão, Sarney acabou eleito, no último pleito pelo Amapá, na tentativa de garantir sua vitória. Simpatizante dos governos militares, o político também apoiou as gestões mais recentes. É apontado como um dos articuladores políticos de bastidores mais ativos do país e também por controlar o Maranhão – por onde conseguiu eleger a filha Roseana Sarney governadora e o filho Sarney Filho deputado federal.

Porém, a referida notícia não contextualiza o histórico do senador José Sarney nem faz menção à sua biografia. A matéria jornalística é sustentada apenas pelas declarações do senador Arthur Virgílio Neto (PSDB-AM), apresentado como ex-líder do governo do presidente Fernando Henrique Cardoso no Legislativo, que acusa o presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), de comandar uma “máfia siciliana” e

um “império da corrupção”. Porém, a matéria não esclarece no que se baseiam as denúncias. Também não dá voz a Sarney para se defender. O veículo *on-line* não expõe análises de especialistas avaliando a situação nem sequer faz uma apuração mais profunda sobre o conteúdo das denúncias feitas pelo senador Arthur Virgílio. A notícia tem como única fonte um político e suas opiniões.

Analizado o enfoque dado à matéria, entendemos que a realidade construída é a de que o presidente do Senado do Brasil é suspeito de corrupção e lidera uma máfia. Não há contestação à afirmação, simplesmente a denúncia. Como o enquadramento se refere ao modo como os eventos são organizados e passam a fazer sentido, segundo Reese (2001, p.07), a seleção e escolha são livres.

Os valores-notícia aqui identificados são: a referência de elite, pois envolve dois parlamentares de destaque no Brasil; a negatividade, uma vez que uma autoridade pública brasileira é referência de corrupção e de ligações com a máfia; o inesperado, um político destilar críticas tão ferozes contra outro com tamanha violência verbal; a significância, pois demonstra a fragilidade do cenário político.



The screenshot shows a news article from ABC News. The header includes the ABC logo, navigation links (Archivo, Servicios, Clasificados, Redes, Iniciar sesión, Registrarse), and a weather widget for Rio de Janeiro (24°C, PAR. NUBLADO). The article title is "Implementan toque de queda para protegerse de narcos" (Implement curfew to protect from drugs), dated August 30, 2009. The author is Antonella Brignardello. The text describes the implementation of a curfew in the Rio de Janeiro area to protect against drug trafficking. It mentions the presence of indigenous groups in the area and the role of the police. The article also includes a sidebar with social media sharing options (Facebook, Twitter, Email) and a "HERRAMIENTAS" section with various utility icons.

## 2. Toque de recolher é implantado para proteger a população de traficantes

<http://www.abc.com.py/internacionales/implemantan-toque-de-queda-para-protegerse-de-narcos-16054.html>

Publicada em 30 de agosto de 2009, às 10h52, em oito parágrafos, reunidos em 20 linhas, sem fotografia. A autora da matéria jornalística é a jornalista Antonella Brignardello, que o Rio de Janeiro, mas relata episódio ocorrido no Mato Grosso. A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*. Nela, estão incluídos os temas que demonstram o descaso dos governos com o social

refletido, como este exemplo que é o acontecimento de índios cercados por traficantes que impõem uma aura de medo na comunidade.

A matéria jornalística informa que sob a liderança do cacique Luciano Aerovaldo Bororó foi imposto um toque de recolher para proteger cerca de 14.000 indígenas da etnia guarani-kawá da opressão dos traficantes que cercam a área. A notícia tem o *on* (quando a fonte é exposta) do cacique e detalhes do clima de medo e violência. Mas o paradoxo é que a cidade de origem é o Rio de Janeiro e a etnia vive essa tensão, em Dourados, no Mato Grosso do Sul, fronteira com o Paraguai. Também há informações em *on* do procurador do estado e do delegado. No caso do delegado da Polícia Federal, a entrevista dele foi concedida ao jornal Estado de S. Paulo, que é mencionado na matéria. A notícia surpreende também porque indica que nem os povos indígenas, que vivem em suas aldeias, estão livres da violência provocada pelos traficantes. Tanto é que a ordem determinada pelo narcotráfico à cidade de Dourados é válida também para a região onde estão os guarani-kawá.

Como a repórter que assina o texto Antonella Brignardello é da *TV ABC Color*, segundo informações por ela relatadas em seu próprio perfil na rede social Facebook, a hipótese é a de que utilizou como fonte uma matéria de televisão para produzir o material para o noticiário *on-line*, recurso amplamente utilizado pelas redações. Mas não é possível fazer essa afirmação, pois não dispomos de mais dados sobre o mecanismo de produção dessa notícia. Procuramos contato com a jornalista, mas não obtivemos resposta.

Interpretamos, a julgar pelo enquadramento dado à matéria, o clima de pânico que está instaurado no Mato Grosso do Sul em decorrência da ação de narcotraficantes que pressionam os homens, estupram as mulheres e mantêm ameaças constantes. Indiretamente, a notícia constrói uma realidade em que os órgãos públicos reconhecem a desordem, pois um procurador e um delegado estão analisando a situação, mas o Estado não toma as providências devidas. Implicitamente, é apresentada uma realidade de um Brasil frágil e mantido refém dos traficantes. É exemplo do que aponta Leal (1998, p. 07) acerca do viés político, autorizado pelo enquadramento, utilizado pelos veículos de imprensa.

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, consequência de uma realidade social ameaçada pela inoperância do Estado; o inesperado, indígenas que se impõem ordem de recolher como garantia de segurança; a significância, a comunidade

indígena é tema caro para o Paraguai, considerando o elevado percentual da etnia na região; a amplitude, pois envolve uma área de fronteira.

The screenshot shows the ABC Color website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Radio'. Below that, the date '02 de abril de 2014' and weather '24 °C PAR. NUBLADO' are displayed. The main navigation menu includes 'NOTICIAS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'NACIONALES', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'ESPECIALES', and 'MULTIMEDIA'. The article title is 'Unos 15.000 extranjeros regularizaron situación en Brasil' with a sub-headline 'Por EFE'. The text begins with 'BRASILIA. Unos 15.000 extranjeros que estaban en Brasil en condición irregular han regularizado su situación en los últimos dos meses, gracias a una amplia amnistía dictada en julio pasado por el Gobierno, informó hoy el diario O Estado de São Paulo.' A 'HERRAMIENTAS' sidebar on the right offers social media sharing (Facebook, Twitter), email, and printing options. A footer prompt asks if the user wants to receive national and international news via text or voice.

### 3. Cerca de 15.000 estrangeiros regularizam situação no Brasil

<http://www.abc.com.py/internacionales/unos-15000-extranjeros-regularizaron-situacion-en-brasil-17962.html>

Publicada em 05 de setembro de 2009, às 11h14, em sete parágrafos, reunidos em 20 linhas, sem fotografia. A origem da matéria é a agência de notícias espanhola EFE. A notícia está na categoria Política, pois envolve a Lei de Anistia a estrangeiros, uma decisão política a partir da promulgação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Não pretendemos aqui aprofundar sobre a questão dos imigrantes no Brasil. Mas,

sim, analisar a notícia que põe em destaque a regularização da situação dos estrangeiros que querem se manter no Brasil.

A matéria informa que a lei atinge maioria peruana (2.094), depois cidadãos chineses (1.819), bolivianos (1.644) e paraguaios (1.555), indicando os três maiores grupos afetados pela medida. O texto, apesar de enviado pela Agência EFE, é baseado em material produzido pelo jornal *Estado de S. Paulo*. A notícia informa ainda que a Lei de Anistia foi promulgada dois meses antes da publicação da notícia, em 02 de julho, pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A partir dessa lei, os estrangeiros que entraram no Brasil antes de 1º de fevereiro de 2009 podem recorrer à legalização.

A matéria é baseada simplesmente na lei em si. Não há fontes em *on* (quando a fonte é exposta) nem em *off* (quando não é exposta) oficiais, de especialistas ou de cidadãos da sociedade. Apesar de a matéria se referir diretamente à situação dos irregulares no Brasil, não inclui a opinião dos principais envolvidos. Também não há

avaliações de especialista sobre a extensão da medida e do modo como a iniciativa interfere, de modo prático, na vida daqueles que já viviam no Brasil em condição clandestina.

É um relato excessivamente objetivo, direto, sobre a iniciativa do governo. Interpretamos que, pelo enquadramento dado à matéria, a realidade apresentada a partir da construção da notícia é a oficial. O Brasil é apresentado como o país que legaliza os estrangeiros que ingressaram até 1º de fevereiro, informando que todos terão praticamente os mesmos direitos dos brasileiros nascidos no país, com a diferença de que não poderão postular cargos eletivos. Porém, sem a visão particularizada, sem a opinião de cidadãos beneficiados pela medida, é difícil compreender a extensão da lei. É interessante retomar o que defende Porto (1998, p.24-25), de que o processo de construção da notícia, portando a forma como o mundo social é representado, seja democratizado, concedendo voz para a sociedade civil, grupos subalternos e minorias.

Os valores-notícia aqui presentes são: frequência, pois a questão dos paraguaios irregulares no Brasil é tema recorrente no noticiário; amplitude, uma vez que envolve uma comunidade ampla; significância, pois é um tema de relevância para a sociedade do Paraguai; continuidade, pois não se limita a uma única matéria jornalística.

#### **4. Itaipu produz energia e atrai turistas**

<http://www.abc.com.py/internacionales/itaipu-produce-energia-y-atrae-a-turistas-42938.html>

Publicada em 20 de novembro 2009, às 06h12, em 16 parágrafos, reunidos em 55 linhas. Há uma fotografia colorida, na qual aparece uma parte de Itaipu. O crédito da foto é do *ABC Color*. A origem da matéria é a agência de notícias espanhola EFE. A notícia está na categoria Economia, pois a atração de 1.500 turistas por dia para conhecer a usina movimenta o mercado e gera recursos.

A maior hidrelétrica da América do Sul, com oito quilômetros de extensão, 200 metros de altura e que emprega mais de 40 mil trabalhadores é um dos principais entraves entre Brasil e Paraguai. Os paraguaios se queixam de prejuízos nos acordos bilaterais com o Brasil referentes à Itaipu. A controvérsia é constante. A matéria descreve a hidrelétrica como “uma gigantesca obra de engenharia”, detalhando apenas

Com Visa pagou. Na final chegou. Clique e saiba mais. 

**abc** Archivo Servicios Clasificados Redes Iniciar sesión Registrarse  Radio

02 de abril de 2014 21:51 (ACTUALIZADO HACE 1 HR) 24 °C PAR. BUENOS AIRES

NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA NACIONALES DEPORTES ESPECTÁCULOS ESPECIALES MULTIMEDIA

Inicio > Mundo > Itaipú produce energía y atrae a turistas

24 DE NOVIEMBRE DE 2009 04:12

## Itaipú produce energía y atrae a turistas

Por EFE

FOZ DO IGUAZU, Brasil - La hidroeléctrica de Itaipú es una gigantesca obra de ingeniería que además de producir energía eléctrica constituye uno de los principales atractivos turísticos de la frontera entre Argentina, Brasil y Paraguay.



Itaipú produce energía y atrae a turistas\_39035 / ABC Color

La más grande hidroeléctrica del mundo en funcionamiento es una represa de ocho kilómetros de longitud y casi 200 metros de altura situada cerca de las famosas cataratas del Iguazú. Para tener una idea de la magnitud de la obra, que en su punto más alto llega a tener 40.000 trabajadores, empleó tanto hormigón como para construir 210 estadios como el mítico de Maracanã o tanto acero como para 380 torres Eiffel.

Considerada por la Sociedad Americana de Ingeniería una de las "siete maravillas del mundo moderno", Itaipú tiene una capacidad para generar energía para veinte ciudades de 2,5 millones de habitantes.

A Paraguay le corresponde la mitad de la energía producida, pero no consume más de un 10% del total en abastecer más del 90% de su mercado, por lo que revende "a precio de costo" el resto a Brasil, país que la emplea para completar el 20% de su demanda.

Inspirada en una catedral, la construcción de Itaipú se constituyó en un tratado en 1973 y dispone de su propia catarata artificial, ya que por la estructura conocida como "el vertedero" caen millones de metros cúbicos de agua por segundo, un volumen unas cuarenta veces superior a la media de las cataratas del Iguazú.

Es espectacular salto, que en realidad sirve para regular el caudal del río Paraná en su camino hacia Argentina, se ha convertido en un auténtico ícono turístico, una postal que ha atraído ya a más de 15 millones de turistas.

Alberto Araujo, uno de los tres supervisores que Brasil tiene en la "sala de despacho de carga", la auténtica "torre de control" de la central, explicó a Efe cómo desde allí regula la salida de agua y la generación de energía "en tiempo real".

"Aquí decimos que tenemos las espaldas más famosas de Brasil", dice Araujo al referirse a la sala en la que trabaja, de cara a un gran panel con inabarcables informaciones pero que ha sido muchas veces filmada y fotografiada por los medios de comunicación.

Sobre las gigantesca turbina encargadas de generar la energía eléctrica, la sala no para de vibrar, casi como si circulara por las vías de un tren aunque "normalmente es mucho peor", afirmó Araujo.

En la "torre de control", sin ventanas, permanecen 24 horas al día los 365 días del año un ingeniero paraguayo y otro brasileño, cada uno de su lado de la frontera, que divide la instalación por la mitad en una casi obsesiva simetría.

A un lado y al otro del lecho del río, Brasil y Paraguay tienen el mismo número de trabajadores, el mismo número de plazas de aparcamiento, el mismo número de generadores de energía, como si ambas alas estuvieran separadas por un espejo.

Sin embargo, a pesar de tanto rigor en el equilibrio, una cuestión más bien política, la separación no pasa de una línea imaginaria, ya que en Itaipú trabajan en armonía brasileños y paraguayos para la misma empresa binacional.

Hasta la central, situada a pocos kilómetros de las ciudades de Foz do Iguazú (Brasil), Ciudad del Este (Paraguay) y Puerto Iguazú (Argentina), se acercan diariamente unos 1.500 turistas, número que puede doblarse en fines de semana que coinciden con festivales.

Todos llegan atraídos por los espectaculares paisajes que ofrece la obra, donde uno de los principales atractivos es un paseo en un barco catamanán por el lago formado por la represa.

Sin embargo, el plato fuerte llega las noches de los viernes y sábados cuando la enorme barrera aprovecha una parte de la energía que crea para iluminarse. Es tanta que sería suficiente para iluminar una ciudad de 15.000 habitantes.

El espectáculo comienza de repente, desde la oscuridad, y viene acompañado de una composición musical creada especialmente para la presentación.

**¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?**  
Envía ABC al 22392 desde tu Teléfono, Personal o Voic

os aspectos positivos da construção, como o envolvimento de trabalhadores, atuando em um projeto capaz de abastecer uma cidade de 15.000 habitantes. O texto tem um tom eufórico e de propaganda. A única fonte da matéria é Alberto Araújo, um dos supervisores da Itaipu brasileira. Apesar de o cerne da notícia ser o fato de a hidroelétrica atrair o turismo, não há turistas opinando ou ilustrando a matéria. É um relato repleto de adjetivos e de elogios ao projeto, sem fontes populares, que poderiam responder o que consideram mais interessante na hidroelétrica, nem uma avaliação de especialistas, observando os rendimentos causados pela visita diária de 1.500 pessoas ao local. Também não apresenta as controvérsias envolvendo o projeto, como a polêmica com ambientalistas à época, e a disputa econômica ainda presente entre Brasil e Paraguai.

Julgado o modo como a notícia foi organizada, interpretamos que o enquadramento escolhido para apresentar a realidade ao público é o de que a obra de Itaipu só tem virtudes, não apresenta problemas, e que é fundamentalmente um local turístico que deve ser visitado. Por essa realidade, o público não é informado, por exemplo, das questões econômicas que envolveram e ainda cercam o

projeto, provocando divergências entre Brasil e Paraguai, que se queixa de ter sido prejudicado pela construção da hidroelétrica, nem menciona a indignação com a construção da obra, que afetou as Cataratas do Iguazú. Pelo enfoque da notícia, o veículo de imprensa indica seu papel político, a exemplo do que afirma Reese (2001, p.07).

Os valores-notícia aqui identificados são: a significância, pois a atração de turistas para a região da hidroelétrica gera recursos; a continuidade, pois o tema não se

limita a uma única matéria; a frequência, uma vez que o assunto é recorrente no *on-line*, sobretudo a respeito do debate referente à energia; a amplitude, pois atinge três países, o Paraguai, a Argentina e o Brasil.



The screenshot shows the ABC Color website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Radio'. Below this, the date '02 de abril de 2014' and weather information '24 °C PAR. NUBLADO' are displayed. The main navigation menu includes 'NOTICIAS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'NACIONALES', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'ESPECIALES', and 'MULTIMEDIA'. The article title is 'Critican el "uso político" de la Embajada brasileña' with a sub-headline 'BRASILIA (EFE)'. A photograph shows Manuel Zelaya wearing a white shirt and a hat, surrounded by people. The article text discusses the controversy surrounding Zelaya's presence at the Brazilian embassy in Tegucigalpa, Honduras, following his removal from office. A sidebar on the right contains social media sharing options (Facebook, Twitter, Email) and utility tools like 'HERRAMIENTAS', 'Tamaño de texto', and 'Imprimir nota'.

## 5. Uso político da embaixada brasileira é criticado

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/critican-el-uso-politico-de-la-embajada-brasilena-23971.html>

Publicada em 24 de setembro de 2009, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A origem da matéria é a agência de notícias espanhola EFE. O texto tem seis parágrafos, reunidos em 24 linhas. A fotografia publicada é de baixa qualidade, pois está “granulada”, o que no cotidiano jornalístico significa que o tamanho original dela é menor do que o publicado. Na imagem está o presidente deposto de Honduras, Manuel Zelaya, usando o chapéu que virou sua marca,

cercado por correligionários e atrás deles a inscrição “Brasil”, indicando que estão na Embaixada do Brasil em Tegucigalpa (capital de Honduras). A notícia está na categoria Política.

A matéria jornalística relata que a concessão de abrigo pelo governo do Brasil ao presidente deposto gerou polêmicas. Há referências às opiniões em *on* (quando a fonte é exposta) do ex-chanceler Luiz Felipe Lampreia – cujo nome é grafado de maneira

errada, na notícia está Luís com “s” e acento – e também do PPS, partido de oposição, que questiona a maneira como Zelaya chegou até a representação brasileira. Segundo a notícia, a manutenção de Zelaya na embaixada causa uma dificuldade técnica ao governo, pois conceder abrigo é distinto de dar asilo político.

Zelaya foi deposto do poder uma ação conjunta de representantes dos Poderes – Legislativo, Forças Armadas e Judiciário. Ele foi retirado de casa nas primeiras horas do dia e acabou refugiando-se, por quase quatro meses, na Embaixada do Brasil em Tegucigalpa (capital de Honduras). O longo período em que ficou no local gerou manifestações no Brasil e no exterior. Também utilizou a representação brasileira para fazer política.

Interpretamos que, de modo implícito, a construção da matéria apresenta uma realidade conflituosa no Brasil: a iniciativa do governo que divide opiniões entre setores importantes da sociedade – um ex-chanceler e sua experiência em diplomacia e o PPS, partido de oposição, observando de forma crítica a iniciativa brasileira. O governo tem voz na notícia apenas na contextualização do acontecimento, quando é recordado que o Brasil se disse surpreendido com a chegada de Zelaya à embaixada. O enquadramento é um instrumento analítico importante sobre o papel político exercido pelo veículo de imprensa, aponta Leal (1998, p.02).

Os valores-notícia aqui identificados são: significância, o assunto é um dos principais do cenário político internacional; amplitude, pois ganhou espaço internacional; inesperado, pois é pouco provável que um presidente deposto peça apoio a uma embaixada estrangeira no seu país; referência de elite, uma vez que envolve um presidente da República; frequência, o tema será mantido no noticiário até esgotar-se; e contínuo, pois é necessário buscar novos ângulos para dar continuidade ao tema.

## **6. Brasil quer ser líder e não império**

<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/brasil-quiere-ser-lider-no-imperio-32727.html>

Publicada em 20 de outubro de 2009, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi inicialmente publicada no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A origem da matéria é a agência de notícias italiana

Ansa. O texto tem quatro parágrafos, reunidos em 27 linhas. A fotografia é do presidente Luiz Inácio Lula da Silva discursando com as mãos levantadas, como quem faz um apelo. A notícia está na categoria Política.



Archivo Servicios Clasificados Redes Iniciar sesión Registrarse 40 Radio

02 de abril de 2014  
23:16 (ACTUALIZADO HACE 5 MIN)

24 °C  
PAR. NUBLADO

NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA NACIONALES DEPORTES ESPECTÁCULOS ESPECIALES MULTIM

Inicio > Edición Impresa > Internacionales > Brasil quiere ser "líder, no imperio"

20 DE OCTUBRE DE 2009

## Brasil quiere ser "líder, no imperio"



Brasil quiere ser "líder, no imperio", 29855 / ABC Color

**HERRAMIENTAS**

SAN PABLO (ANSA). El presidente Luiz Lula da Silva afirmó ayer que Brasil, como la mayor economía de América Latina, debe ejercer su papel de liderazgo en la región, sin ser visto como un "imperio".

El presidente brasileño dijo que, tras la crisis mundial, es un momento para eliminar fronteras para vender los productos fabricados en la región, pero admitió que Brasil tiene una responsabilidad mayor frente a sus vecinos porque se convirtió en la mayor economía latinoamericana. "Brasil era visto como un gran adversario, como si fuera un imperio para los países sudamericanos. Había casi un adoctrinamiento y un convencimiento de que Brasil era peligroso", afirmó Lula, instando a cambiar esa imagen por la de un liderazgo constructivo. "Es Brasil el que tiene que ayudar a la construcción de caminos e hidroeléctricas, de puentes y de las telecomunicaciones. Brasil necesita reconocerse como país grande y debe ejercer su rol de fortalecer la integración regional", sostuvo.

### Limpian "suciedad" en Río

Luiz Lula da Silva advirtió que su gobierno va a "limpiar la suciedad" provocada por el narcotráfico en Río de Janeiro, tras los enfrentamientos entre facciones rivales y policías que el fin de semana causaron doce muertos, en uno de los episodios más violentos de los últimos tiempos. "Vamos a limpiar la suciedad que esta gente le provoca a la imagen de Brasil", dijo Lula.

El gigante sudamericano será sede del Mundial de Fútbol 2014 y de los Juegos Olímpicos 2016.

¿Querés recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envíá ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

O título informa que o Brasil quer ser "líder e não império". A notícia, baseada no discurso do presidente, mostra que Lula afirmou: "O Brasil era visto como um grande adversário, como se fosse um império para os países sul-americanos. Havia uma certeza e um convencimento de que o Brasil era perigoso". Segundo ele, o objetivo é mudar essa imagem por uma liderança construtiva.

Interpretamos que ao construir uma matéria jornalística, selecionando e organizando os acontecimentos, é feito o enquadramento da notícia, e isso possibilita a criação de uma realidade para o público. Nesse caso, a realidade criada é baseada na afirmação do presidente da República sobre o espaço político e econômico do Brasil. Lage (1998, p.378) lembra que o recurso do enquadramento está tão presente no cotidiano que nem sempre até mesmo o mais instruído percebe o que há por trás.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, pois envolve o presidente da República do Brasil; significância, pela importância do discurso político da autoridade; amplitude, afinal a autoridade diz que trabalhará pela liderança construtiva na região; frequência, o assunto é constantemente tema no noticiário; continuidade, a notícia não se esgota em uma única matéria (TRAQUINA, 2005, p.130).

14 DE FEBRERO DE 2009

## Presidenciables, en busca de votos durante los carnavales brasileños

Los candidatos presidenciales aprovecharon el carnaval en Brasil para mostrarse, en un ensayo de lo que podrá ser la disputada campaña entre la oficialista Dilma Rousseff y el opositor José Serra, gobernador de San Pablo.



Presidenciables, en busca de votos durante los carnavales brasileños\_63349 / ABC Color

SAN PABLO (ANSA). Rousseff, ministra coordinadora del gobierno del presidente Lula y única precandidata del Partido de los Trabajadores (PT), coincidió en los carnavales de Recife, Pernambuco, y de Salvador, Bahía, con Serra, del opositor Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB).

La popularidad de Rousseff, la candidata de Lula, según los registros de la prensa fue mayor que la de Serra durante el paso de ambos por el nordeste, región más pobre del país donde es ampliamente popular el pernambucano presidente Lula.

"No vine aquí en campaña. Vine a disfrutar. Estoy muy feliz y no tengo miedo del pueblo", dijo el gobernador Serra, quien en Recife, durante la celebración de la comparsa callejera Gallo de la Madrugada, debió escuchar por parte de la multitud gritos de "¡Dilma, Dilma!".

Rousseff, ministra jefa del gabinete, quien nunca protagonizó una elección pero cuenta con el aval de Lula, con 82% de popularidad, negó tener una agenda electoral en el carnaval.

"Venir al carnaval es una agenda brasileña. Todos tenemos derecho a disfrutar", dijo la ministra, quien debe ser declarada candidata del PT antes de fin de mes, durante el Congreso Nacional del partido fundado por Lula.

En Recife tanto Serra como Rousseff se encontraron con el tercer candidato, el oficialista Ciro Gomes, del Partido Socialista Brasileño (PSB), que respalda a Lula pero insiste en colocarse como candidato de centroizquierda. Pernambuco, donde nació Lula, es gobernado por Eduardo Campos, presidente del PSB y dirigente considerado lulista fuera del PT.

Gomes fustigó a Serra, a quien considera representante de las élites del país y de San Pablo en particular. "Es bueno que venga al nordeste a ver al país real, por lo menos una vez en la vida. Es más fácil que una vaca vuele que Serra esté identificado con el nordeste", indicó.

La última encuesta de Sensus indicó que Rousseff redujo en un mes diez puntos frente a Serra, que lidera con 32% y es seguido con 27% por la ministra, encargada del megaplan de obras públicas del gobierno de Lula. Al igual que Rousseff, Serra tampoco oficializó su candidatura. Luego del carnaval de Recife, tanto Serra como Rousseff viajaron, por separado, a otro carnaval, en Salvador, Bahía.

Máscara de Lula

RIO DE JANEIRO (ANSA). La máscara más pedida por las multitudes del carnaval de Río de Janeiro dentro del sánking político es la del presidente Luiz Lula da Silva, el mandatario más popular de la historia según las encuestas.

Se vendieron unas 15.000 máscaras con la cara de Lula, solo superadas por las caretas del extinto cantante Michael Jackson.

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22282 desde tu Tigo, Personal o Vox.

## 7. Presidenciáveis buscam votos no Carnaval

<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/presidenciables-en-busca-de-votos-durante-los-carnavales-brasilenos-68865.html>

Publicada em 14 de fevereiro de 2009, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem dez parágrafos, reunidos em 39 linhas, com uma fotografia de Carnaval de rua aparentemente em uma praia. Mas não fica claro qual é a cidade da foto. A origem da matéria jornalística é a agência de notícias italiana Ansa. A matéria tem também duas referências de Carnaval: São Paulo (San Pablo) e Rio de Janeiro. A notícia está na categoria Política.

A matéria relata que os pré-candidatos presidenciais e adversários políticos José Serra e Dilma Rousseff escolheram o Carnaval do Nordeste – em Salvador (Bahia) e Recife (Pernambuco) – para fazer campanha e tentar

conquistar o eleitorado. A notícia inclui poucas falas dos dois personagens, mas destaca uma pesquisa de intenções de voto. O Instituto de Pesquisa Datacenso diz que Serra está à frente de Dilma, mas que ela avançou reduzindo cada vez mais a diferença entre ambos. A notícia inclui também informações de que foram vendidos 15 mil exemplares da máscara de Carnaval com o rosto de Lula, superados apenas pelo material com o rosto de Michael Jackson.

Interpretamos que, implicitamente, na construção da notícia foram selecionados e reunidos dois temas de interesse de estrangeiros: o Carnaval e a disputa política pela Presidência da República. Porém, o texto não inclui impressões de populares, os

eleitores, que são o público-alvo de Serra e Dilma, não expõe também a análise de especialistas, avaliando se a busca por votos durante o Carnaval surte efeitos. O texto é ilustrado com uma imagem paradisíaca de uma praia lotada e ensolarada. Pela construção da matéria, o enquadramento dado leva à apresentação de uma realidade em que o político aproveita o momento de festas para se mostrar simpático à sociedade, tentando conquistar o apoio para as eleições, e associado a isso há o estereótipo do Brasil com suas praias e verão permanente. É a percepção de apenas parte da realidade, como ressalta Park (2003, p. 145).

Os valores-notícia aqui identificados são: o de referência de elite, pois envolve dois pré-candidatos presidenciais do Brasil; o da significância, uma vez que 2010 é o ano das eleições presidenciais do Brasil; o da frequência, pois uma série de matérias sobre o assunto deve ser publicada; inesperado, pois o Carnaval é uma festa popular em que figuras públicas não são as personagens centrais, mas os dois políticos decidiram fazer campanha no mesmo período e locais; o da amplitude, pois envolve um tema que já não é mais nacional, é internacional.

The screenshot shows the ABC Color website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Radio'. Below this, the date '02 de abril de 2014' and weather information '24 °C PAR. NUBLADO' are displayed. The main navigation menu includes 'NOTICIAS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'NACIONALES', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'ESPECIALES', and 'MULTIMEDIA'. The article title is 'Lula, contra los "falsos demócratas" de prensa', dated '12 DE MARZO DE 2010'. The text of the article begins with 'BRASILIA (ANSA). El presidente brasileño, Luiz Lula da Silva, criticó a quienes llamó "falsos demócratas" que escriben editoriales en diarios, durante la Conferencia Nacional de Cultura, en la que se debate el modelo de comunicación imperante en el país. "De vez en cuando es bueno leer los editoriales de los diarios para ver el comportamiento de algunos falsos demócratas, que dicen que son demócratas pero quieren que sea la única voz del mundo", apostilló Lula.' A sidebar on the right contains 'HERRAMIENTAS' with social media sharing options for 'Curlit', 'Facebook', 'Twitter', 'Enviar por mail', 'Imprimir nota', and 'Reportar error'. At the bottom, there is a prompt: '¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes? Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.'

## 8. Lula contra os falsos democratas da imprensa

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/lula-contra-los-falsos-democratas-de-prensa-77992.html>

Publicada em 12 de março de 2010, sem horário exposto, indicando que a matéria deve ter sido publicada no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem quatro parágrafos, reunidos em 18 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é da agência de notícias italiana Ansa. A notícia foi categorizada por nós em Política.

O *ABC Color* publicou uma série de matérias jornalísticas informando sobre as divergências entre o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a imprensa. Nessa notícia, o

presidente brasileiro expõe seu ponto de vista em *on* (quando a fonte aparece) sobre o comportamento da imprensa em relação ao governo. “No Brasil há muita gente com mania de pequenez e de segunda classe”, disse ele. Antes, o presidente acusou os jornalistas de serem falsos democratas. “De vez em quando é bom ler editoriais dos jornais para ver o comportamento de alguns falsos democratas que dizem que são democratas, mas querem ser a única voz do mundo.”

Interpretamos que a construção da notícia da maneira como foi organizada apresenta uma realidade conflituosa e bélica envolvendo o presidente Lula e a imprensa. O clima é apresentado como tenso. Não há manifestações de setores da imprensa – jornalistas, diretores ou donos de veículos. A única voz que aparece é a do presidente Lula em uma demonstração de que a realidade apresentada é a oficial. Porto (1998, p.24-25) recomenda que o espaço da imprensa seja aberto aos grupos sociais e minorias na construção da realidade.

Os valores-notícia aqui identificados são: o da significância, pois envolve o conflito envolvendo o presidente do Brasil e a imprensa; a amplitude, uma divergência pública entre o chefe de Estado e setores da imprensa pode ganhar espaço até internacional, conforme as circunstâncias; a frequência, considerando que o assunto ganhou destaque no veículo e passou a ter espaço frequente; contínuo, pois o tema não se extingue em uma única notícia; referência de elite, uma vez que envolve o presidente da República e os empresários da imprensa.

04 DE ABRIL DE 2010

## Imagen de Lula supera a Xuxa y Ronaldo



Imagen de Lula supera a Xuxa y Ronaldo\_78464 / ABC Color

BRASILIA (ANSA). La imagen del presidente Luiz Lula da Silva es la más elogiada de Brasil en el mundo, ubicándose adelante de la de la estrella televisiva Xuxa y la del jugador de fútbol Ronaldo, según una encuesta realizada en 44 países por una agencia de publicidad.

La imagen del mandatario recibió el mayor puntaje entre las celebridades vivas de Brasil, de acuerdo con una consulta realizada por la agencia Young y Rubicam, para elaborar sus estrategias de publicidad internacionales.

Lula fue superado por el ex campeón mundial de Fórmula 1, Ayrton Senna, fallecido en 1994. La empresa Young y Rubicam envió 3.000 cuestionarios en los que fueron incluidas 98 personalidades brasileñas. El cuestionario consultó sobre una serie de cualidades atribuidas a los personajes.

### Inteligencia y liderazgo

Lula da Silva obtuvo las mayores puntuaciones en los rubros inteligencia y liderazgo, informó ayer el diario Folha de São Paulo. En cambio, sus mediciones fueron más bajas en los ítems salud y glamour.

Según otra encuesta, publicada la semana pasada, también por el diario Folha de São Paulo, el gobierno de Lula conquistó una aprobación del 76%, la más alta en los últimos 20 años.

De acuerdo con otros sondeos recientes, la aprobación del presidente, en la opinión pública brasileña en los últimos meses, supera el 80%.

 ¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
 Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

### HERRAMIENTAS

 Currtir 0

 0

 Facebook

 Twitter

 Enviar por mail

 Tamaño de texto

 Imprimir nota

 Reportar error

## 9. Imagem de Lula supera a de Xuxa e Ronaldo

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/imagen-de-lula-supera-a-xuxa-y-ronaldo-86155.html>

Publicada em 04 de abril de 2009, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi inicialmente publicada no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem seis parágrafos, reunidos em 21 linhas. Há uma fotografia na qual está o presidente Luiz Inácio Lula da Silva com as mãos para cima e discursando. A origem da matéria é a agência de notícias italiana Ansa. A notícia está na categoria Política.

A matéria informa que a agência de publicidade *Young y Rubicam*, que elabora estratégias internacionais na área, aplicou 3.000 questionários, em 44 países, apresentando uma lista com 98 nomes de brasileiros perguntando quem era o mais famoso. O resultado da pesquisa mostrou que a imagem do presidente Luiz Inácio

Lula da Silva superou a do jogador de futebol Ronaldo e a da apresentadora de televisão Xuxa. De acordo com a notícia, os entrevistados destacaram a inteligência e a liderança de Lula. A matéria, entretanto, não inclui entrevistas com especialistas, que poderiam analisar o fato de um político superar um artista e um atleta na preferência do público, não inclui uma avaliação da equipe de Lula e tampouco a opinião de cidadãos.

Essa realidade apresentada a partir da construção da notícia permite a interpretação de que o presidente Lula se destaca como ídolo e referência de 3.000 mil entrevistados. No entanto, não há informações complementares, que poderiam ser obtidas com entrevistas, por exemplo, para acrescentar dados à matéria. O

enquadramento dado à notícia apresenta a realidade de um presidente da República com perfil de celebridade. É a interpretação implícita, na maioria das vezes, do acontecimento por intermédio da organização da matéria, a exemplo do que propõe Reese (2001, p.07).

Os valores-notícia aqui identificados são: a referência de elite, uma vez que envolve personagem central, como o presidente da República do Brasil, mas também há nomes de destaque, como Xuxa e Ronaldo; o inesperado, pois é pouco provável que uma figura política supere um artista e um atleta na referência por admiração, mas a matéria mostra que isso é possível; a frequência, as matérias envolvendo o presidente Lula são recorrentes; a amplitude, pois o assunto ganha mais espaço do que apenas o nacional, uma vez que a pesquisa reuniu entrevistados em 44 países.



## 10. Inundações deixam 3.400 afetados no Brasil

<http://www.abc.com.py/internacionales/inundaciones-dejan-unos-3400afectados-en-brasil-94844.html>

Publicada em 25 de abril de 2009, às 17h43, em quatro parágrafos, reunidos em 12 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é a *Agence France-Presse* (AFP). A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*, pois a exemplo do que propõem Rabaça

e Barbosa (1987, p. 255), nela, compreende-se o insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos.

A matéria é curta e tem o formato de uma nota simples, que é a notícia rápida e com poucas linhas, mas informa que a chuva intensa em Santa Catarina afetou a vida de 42.000 pessoas e desalojou cerca de 3.400. De acordo com a nota, o episódio em Santa Catarina ocorre duas semanas depois de o Rio de Janeiro sofrer com a forte chuva que atingiu 246 pessoas, principalmente em favelas. Não há detalhes nem entrevistas com autoridades, especialistas ou cidadãos sobre o episódio.

Vemos que implícitamente a construção da notícia, em relação ao modo como foi feita, apresenta uma realidade em que o Estado brasileiro é colocado como aquele que trata com descaso os acontecimentos relativos às catástrofes naturais. Vale lembrar o que aponta Leal (1998, p. 02), para quem o enquadramento da notícia é o recurso utilizado pelos veículos de imprensa para seu papel político. O enfoque ocorre com objetivos específicos.

Os valores-notícia aqui identificados são: a negatividade, pois apresenta o caos causado pela época de temporais em duas regiões de turismo no Brasil; a amplitude, pois a tragédia provocada pela chuva é um problema que atinge vários países, não apenas no Brasil; a frequência, pois as dificuldades geradas pelos desabamentos, deslizos e chuva estão na pauta permanente do veículo; o efeito contínuo, pois o assunto não se extingue nele mesmo.

ABC COLOR

Archivo Servicios Clasificados Redes Iniciar sesión Registrarse Radio

02 de abril de 2014  
23:21 (ACTUALIZADO HACE 10 MIN)

24 °C  
PAR. NUBLADO

NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA NACIONALES DEPORTES ESPECTÁCULOS ESPECIALES MULTIM

Inicio > Mundo > Se crearon 12,7 millones de puestos de trabajo en Brasil, dice presidente Lula

01 DE JUNIO DE 2010 11:26

### Se crearon 12,7 millones de puestos de trabajo en Brasil, dice presidente Lula

Por Antonella Brignardello

BRASILIA. El presidente brasileño calificó hoy como "excepcional" la creación de 12,7 millones de puestos de trabajo desde 2003 y comentó que aún es necesario reducir el número de trabajadores informales.

"Desde 2003, Brasil creó 12,7 millones de empleos nuevos con tarjeta de trabajo". En lo que va de 2010 "creamos 962.000, eso es algo excepcional", afirmó Lula da Silva.

Lula arribó a Sao Bernardo do Campo, en el cordón industrial de Sao Paulo, donde visitó la planta de la empresa automotriz Volkswagen.

El mandatario y ex dirigente sindical conversó hoy con sindicalistas brasileños y miembros del Consejo Mundial de Trabajadores del grupo Volkswagen.

A pesar de la expansión de empleo formal, Lula dijo, en un artículo publicado hoy, que "estamos atentos a los trabajadores que están en la informalidad", que representan más del 40% del mercado laboral brasileño.

En tanto, integrantes de la Conferencia Nacional de la Clase Trabajadora, que se reúne en Sao Paulo, expresó hoy su respaldo al Gobierno de Lula y a Dilma Rousseff, candidata presidencial oficialista.

Representantes de las centrales sindicales formularon críticas al candidato José Serra, del opositor Partido de la Socialdemocracia Brasileña.

HERRAMIENTAS

- Compartir
- Facebook
- Twitter
- Enviar por mail
- Tamaño de texto
- Imprimir nota
- Reportar error

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

## 11. Foram criados 12,7 milhões de empregos no Brasil, diz Lula

<http://www.abc.com.py/internacionales/s-e-crearon-127-millones-de-puestos-de-trabajo-en-brasil-dice-presidente-lula-111106.html>

Publicada em 1º de junho de 2010, às 11h26, em seis parágrafos, reunidos em 18 linhas, sem fotografia. A autora da matéria jornalística é a jornalista Antonella Brignardello – repórter da *TV ABC Color* – que, segundo próprio perfil na rede social *Facebook*, não indica se ela fica no Brasil ou no Paraguai. A notícia está na categoria

Economia.

A matéria indica que foi produzida na cidade do Rio de Janeiro, mas as informações foram divulgadas em Brasília e consta uma única frase em *on* (quando a fonte é exposta) do presidente Luiz Inácio Lula da Silva anunciando a criação de

962.000 postos de trabalho. A notícia informa em tom de celebração a “conquista” de 127 milhões de empregos formais no país. Porém, não há entrevistas com trabalhadores, especialistas do setor nem empresários. A única fonte é o presidente da República, consolidando o tom oficial da notícia.

Depreende-se, em virtude do enquadramento da notícia, o crescimento econômico observado no mercado de trabalho, registrado no último ano do governo Lula. É um enfoque positivo. Porém, a organização da matéria apresentando a realidade não inclui personagens essenciais, como os trabalhadores e empresários. Por isso recorremos novamente a Park (2003, p. 145), pois a realidade apresentada é apenas parte do que ocorre no mundo real, não sua totalidade.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, pois envolve o presidente da República; o inesperado, uma vez que relata o aumento de postos de trabalho em um cenário internacional que sofre retração; amplitude, pois não se limita apenas ao Brasil, uma vez que o mercado de trabalho é aberto também para estrangeiros e investidores externos; frequência, pois a questão do mercado de trabalho é tema recorrente no veículo *on-line*; contínuo, pois não se limita a uma única notícia.

## **12. Caso de sexo, violência e assassinato no futebol sensibiliza o Brasil**

<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/caso-de-sexo-violencia-y-asesinato-en-el-futbol-conmociona-a-brasil-128894.html>

Publicada em 09 de julho de 2010, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem 12 parágrafos, reunidos em 44 linhas, com uma foto posada da modelo Eliza Samudio sentada. A origem da matéria jornalística é a agência noticiosa *Agence France-Presse* (AFP). A notícia foi categorizada por nós em Geral, em *fait divers*. Em *fait divers*, segundo Morin (1969, p.156), estão as notícias que rompem com a rotina, que enfrentam a ordem das coisas e violam os tabus.

A matéria relata o assassinato da modelo e atriz Eliza Samudio, cujo principal suspeito mandante é o goleiro do Flamengo, Bruno. O tom da notícia é próximo ao novelesco: “Sexo, sangue e futebol: um coquetel explosivo que envolve um jogador de futebol que é suspeito de provocar o sequestro e assassinato de uma ex-amante, como ve

09 DE JULIO DE 2013

## Caso de sexo, violencia y asesinato en el fútbol conmociona a Brasil

RIO DE JANEIRO (AFP). Sexo, sangre y fútbol: un cóctel explosivo que implica a un futbolista estrella sospechoso de instigar el secuestro y asesinato de una ex amante, conmueve y apasiona a los brasileños como si fuera una telenovela.



Caso de sexo, violencia y asesinato en el fútbol conmociona a Brasil\_115899 / ABC Color

1 2

El caso del portero estrella del Flamengo incluso borró del mapa mediático al Mundial de Sudáfrica luego de la eliminación de Brasil, y el final de la aventura mundialista de Uruguay, último equipo sudamericano en despedirse de la posibilidad del título en semifinales.

El personaje central de la historia: Bruno Fernandes das Dores de Souza, portero y capitán del popular equipo Flamengo, actual campeón del torneo brasileño y el más popular de Brasil, un atleta de 25 años, casado y mujeriego.

El deportista está acusado de instigar el crimen, que según la Policía está comprobado, aunque no hay rastros del cuerpo de la joven supuestamente asesinada.

"Un ídolo como Bruno, de un gran equipo, es un monstruo por lo que le hizo a esta joven. El crimen fue planificado y fríamente ejecutado. Podemos concluir que Eliza (Samudio, ex amante del arquero) está muerta", dijo ayer uno de los responsables de la investigación, el comisario de Minas Gerais, Edson Moreira, en una conferencia de prensa.

### Cuerpo habría sido despedazado

Según la Policía, un menor que es primo del portero Bruno y que dice haber estado en la casa en donde supuestamente se cometió el crimen, afirmó que el cuerpo de Eliza Samudio habría sido desmembrado, des huesado y arrojado a perros para hacerlo desaparecer.

Un amigo de Bruno, Luiz Henrique Ferreira Romão, también está acusado del secuestro de la joven. Los dos hombres se entregaron el miércoles por la noche a la Policía de Río de Janeiro, en medio de una gran confusión, rodeados de decenas de cámaras de televisión y una multitud que gritaba "asesino" al deportista.

### Actriz de filmes pornos

La presunta víctima, Eliza Samudio, es una bella joven de cabello negro, 25 años de edad, presentada por el diario O Globo como "estudiante, modelo y actriz de filmes pornográficos". La joven es la madre de un bebé de cuatro meses y buscaba que Bruno reconociera la paternidad del menor y le diera una pensión.

Fue en 2009, durante una barbacoa en casa de Adriano, entonces atacante estrella del Flamengo, que la joven conoció a Bruno. En octubre de 2009, embarazada de 5 meses, presentó una querrela contra el jugador, en la que dijo que fue secuestrada, golpeada y obligada a tomar una sustancia abortiva.

### Indicios de culpabilidad

El comisario Moreira afirmó ayer, a base de testimonios, que Bruno estuvo con la joven hasta el momento de su muerte. "Estaba con ella. Es la conclusión a la cual llegamos", sostuvo.

Por el momento, la Policía solo cuenta con rastros de sangre en un auto del guardameta Bruno, y testimonios, para sustentar su caso.

Según las autoridades que investigan intensamente el caso, el autor material del crimen es un ex policía, de nombre Marcos Aparecido dos Santos, amigo de Bruno, quien fue arrestado el jueves por la noche.

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes? Envíá ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

### HERRAMIENTAS

Curar 0

8+1 0

Facebook

Twitter

Enviar por mail

Aa Tamaño de texto

Imprimir nota

Reportar error

e apasiona os brasileiros como se fosse uma telenovela". O texto narra o crime, com todos os detalhes, mas há apenas uma fonte em *on* (quando a fonte é exposta), o delegado de polícia Edson Moreira.

Interpretamos, pelo enquadramento dado à notícia, que a realidade é apresentada como um espetáculo dramático narrado em forma de novela. No entanto, não há informações detalhadas, obtidas por depoimentos, como amigos ou família da vítima e do suposto mandante do crime. O que sustenta a matéria é o relato do delegado, portanto o oficial. Novamente recorremos a Porto (1998, p.24-25) por sua recomendação deque o espaço na imprensa seja democratizado e a sociedade ouvida. Nesse caso, seria interessante incluir fontes complementares, como psicólogos, psiquiatras, sociólogas, além de parentes e amigos. A realidade apresentada é parcial e oficial.

Os valores-notícia identificados são: a referência de elite, pois envolve o goleiro titular do time mais conhecido no Brasil e sua namorada modelo e atriz; o inesperado, um crime com requintes de crueldade; a frequência, pois o assunto foi tratado como uma novela por capítulos; a continuidade, pois a matéria não se limita a uma única; a

negatividade, pois é um crime que choca e surpreende; a amplitude, pois o acontecimento ultrapassou fronteiras por envolver personagens de destaque na sociedade brasileira.

### 13. Seis paraguaios observam as eleições presidenciais no Brasil

<http://www.abc.com.py/internacionales/seis-paraguayos-observaran-las-elecciones-presidenciales-de-brasil-el-domingo-166321.html>

Publicado em 29 de setembro de 2010, às 14h19, em oito parágrafos, reunidos em 26 linhas, sem fotografia. A origem da matéria é a agência de notícias espanhola EFE. A notícia foi categorizada por nós em Política.

A matéria, baseada em informações transmitidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), informa que 151 observadores estrangeiros, de 36 países, dentre os quais seis paraguaios acompanharão as eleições majoritárias no Brasil. Também pertencem ao grupo 11 observadores de organismos internacionais. É a maior missão de observadores que já visitou o Brasil, segundo a matéria. A notícia informa ainda que 135,8 milhões de brasileiros estão aptos a votar. Apesar de a matéria destacar a presença dos paraguaios, não há entrevista com esses observadores nem com os representantes do TSE para dar mais informações sobre a missão de estrangeiros.

Interpretamos, apoiados no enquadramento dado à matéria, que a realidade construída mostra que as eleições presidenciais no Brasil serão observadas pelo maior número de estrangeiros já presentes no país. Implicitamente, significa que as eleições terão a atenção internacional e é proporcional ao tamanho do pleito no Brasil. Sem análises de especialistas nem das personagens diretamente envolvidas no acontecimento, os observadores, a matéria tem o tom de um relatório frio.

The screenshot shows the ABC Color website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Radio'. Below this, the date '02 de abril de 2014' and weather information '24 °C PAR. NUBLADO' are displayed. A main navigation menu includes 'NOTICIAS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'NACIONALES', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'ESPECIALES', and 'MULTIMEDIA'. The article title is 'Seis paraguayos observarán las elecciones presidenciales de Brasil, el domingo', dated '29 DE SEPTIEMBRE DE 2010 14:19'. The byline is 'Por EFE'. The main text begins with 'RÍO DE JANEIRO. Las elecciones de Brasil del próximo domingo serán supervisadas por 151 observadores extranjeros procedentes de 36 países y tres organismos internacionales, informó hoy la autoridad electoral.' A sidebar on the right contains 'HERRAMIENTAS' such as 'Curfír', 'Facebook', 'Twitter', 'Enviar por mail', 'Tamaño de texto', 'Imprimir nota', and 'Reportar error'. A footer banner asks '¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?' and provides a contact number 'Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.'

## 14. Dilma é a primeira mulher presidente no Brasil

<http://www.abc.com.py/internacionales/rousseff-seria-la-primer-mujer-presidente-de-brasil-178720.html>



Publicada em 31 de outubro de 2010, às 18h50, com 16 parágrafos, reunidos em 51 linhas, com uma fotografia na qual Dilma Rousseff está ao lado de Luiz Inácio Lula da Silva. Ambos estão sorrindo e parecem estar se divertindo com algo. A origem da matéria jornalística é a agência de notícias AFP. A notícia foi categorizada por nós em Política.

Apesar de o título destacar o fato de Dilma Rousseff ser a primeira mulher presidente do Brasil, a matéria dedica apenas um parágrafo para a biografia dela. “Economista, de 62 anos, Rousseff participou da resistência armada ao regime militar que governou o Brasil entre 1964 e 1985, e por causa disso passou três anos presa: quando foi submetida a torturas”, diz o texto. A notícia informa

ainda que a campanha de Dilma foi “alavancada” pelo “carismático” Lula. É uma matéria repleta de adjetivos.

Pelo enquadramento dado à notícia, a partir da construção da matéria jornalística é construída uma realidade, na qual a presidente Dilma, apesar de sua biografia, só existe politicamente devido ao apoio recebido de Lula. Implicitamente, a realidade apresentada ao público é ilustrada pela imagem da fotografia: Lula e Dilma quase que uma única pessoa. Leal (1998, p.02) define o enquadramento como o recurso analítico sobre o papel político dos meios de comunicação.

Os valores-notícia identificados nessa matéria são: a referência de elite, pois envolve dois presidentes da República – a candidata eleita e o que encerra o mandato; a amplitude, não apenas o cenário político brasileiro, mas o que ocorre no Brasil ecoa para a região; a frequência, o perfil e o estilo da nova presidente será tema de várias

matérias; a continuidade, o assunto não se extingue em uma única matéria; o inesperado, a nova presidente é mulher, ex-militante política e tem um perfil técnico elogiado.

The screenshot shows the ABC Color website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', 'Registrarse', and 'Radio'. Below this is a weather widget for Asunción, Paraguay, showing a temperature of 24°C and 'PAR. NUBLADO' conditions. The main navigation menu includes 'NOTICIAS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'NACIONALES', 'DEPORTES', 'ESPECTÁCULOS', 'ESPECIALES', and 'MULTIMEDIA'. The breadcrumb trail reads 'Inicio > Mundo > Brasil reforzará vínculos con EE.UU., la UE y Latinoamérica'. The article title is 'Brasil reforzará vínculos con EE.UU., la UE y Latinoamérica' by EFE, dated 01 de Enero de 2011 15:50. The article text begins with 'BRASILIA. El nuevo Gobierno brasileño buscará reforzar los vínculos con los países de América Latina y el Caribe, así como profundizar las relaciones con Estados Unidos y la Unión Europe (UE), dijo la presidenta, Dilma Rousseff.' A sidebar on the right contains a 'HERRAMIENTAS' section with social media sharing options (Facebook, Twitter), email, text size, print, and error reporting. At the bottom of the article, there is a mobile notification box: '¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes? Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.'

## 15. Brasil reforça vínculos com EUA e América Latina

<http://www.abc.com.py/internacionales/brasil-reforzara-vinculos-con-eeuu-la-ue-y-latinoamerica-203221.html>

Publicada em 1º de janeiro de 2011, às 15h15, em seis parágrafos, reunidos em 27 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é a agência noticiosa EFE. A notícia está na categoria Economia.

A matéria se sustenta no primeiro discurso da presidente Dilma Rousseff. No discurso, ela afirmou que: “Podemos transformar nossa região em um componente essencial do mundo

multipolar que se anuncia, dando uma consistência cada vez maior ao MERCOSUL e à UNASUL. Vamos contribuir para a estabilidade financeira internacional com uma intervenção qualificada nos fóruns multilaterais”. Dilma Rousseff, no discurso, citou as prioridades do Brasil em relação à América do Sul, à América Central e aos Estados Unidos.

A notícia é baseada apenas no primeiro discurso da presidente. Não há analistas políticos, observadores internacionais, políticos ou embaixadores analisando o impacto das afirmações dela. Interpretamos que a organização na construção da notícia da maneira como foi publicada leva à construção de uma realidade parcial, pois apresenta apenas a versão oficial sobre as intenções de governo. Park (2003, p. 145) afirma que, pelo uso do enquadramento, responsável pelo enfoque da notícia, pode-se constatar que as pessoas só veem parte do que ocorre no mundo real e não na sua totalidade.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, envolve a presidente da República do Brasil; amplitude, o discurso trata da política externa brasileira para várias regiões; frequência, o assunto passa a ser recorrente no noticiário; contínuo, é necessário manter o tema em pauta; inesperado, pois foi o primeiro discurso de Dilma como presidente e, portanto, não se sabia ao certo quais seriam as linhas políticas que ela traçaria.

Archivo Servicios Clasificados Redes Iniciar sesión Registrarse 40 Radio

02 de abril de 2014  
23:25 (ACTUALIZADO HACE 39 SEG)

24 °C  
PAR. NUBLADO

NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA NACIONALES DEPORTES ESPECTÁCULOS ESPECIALES MULTIMEDIA

Inicio > Mundo > Lluvias en Brasil: "Murieron muchos niños", afirma alcalde

13 DE ENERO DE 2011 11:24

### Lluvias en Brasil: "Murieron muchos niños", afirma alcalde

Por Antonella Brignardello

RÍO DE JANEIRO. La cifra provisoria de muertos debido a las lluvias en Rio de Janeiro es de 356 y entre ellos hay "muchos niños", afirmó hoy el alcalde de la ciudad de Teresópolis, una de las más afectadas por la tragedia.

"Ya sabemos que hay muchos niños muertos, ellos son los más vulnerable en estos casos", declaró hoy el jefe del gobierno municipal de Teresópolis, Jorge Mario Sedlacek.

En tanto fue dado da alta hoy Nicolás, de 6 meses, y su padre Wellington da Silva Guimaraes, de 25, quienes fueron rescatados luego de pasar 15 horas atrapados bajo el barro que destruyó su casa en Nueva Friburgo.

La madre y la abuela del pequeño Nicolás continuaban desaparecidas este jueves.

Hasta el momento se registraron 168 muertos en Nueva Friburgo y 152 en Teresópolis, ubicada a 91 kilómetros de la ciudad de Rio de Janeiro.

Algunos barrios de la periferia de Teresópolis, como Campo Grande, quedaron aislados debido a la inundación o destroz de los caminos, por lo cual vecinos pedían socorro hoy en los techos de sus viviendas en escombros con pañuelos blancos.

"Tenemos gran dificultad para llegar a los barrios, hay por lo menos 4 barrios completamente destruidos, no quedan casas en pie en esos lugares", afirmó hoy el intendente de Teresópolis, Sedlacek.

La magnitud de la catástrofe superó la infraestructura del municipio, por lo cual se supone que hay decenas de cuerpos que no fueron reconocidos en el Instituto Médico Legal, que sólo puede recibir 10 cadáveres.

El alcalde dijo que el Ejército cedió un "camión frigorífico para almacenar los cadáveres" y que llegaron 5 médicos legistas para "acelerar" las tareas de identificación de los cuerpos.

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

HERRAMIENTAS

- Compartir
- Facebook
- Twitter
- Enviar por mail
- Tamaño de texto
- Imprimir nota
- Reportar error

## 16.Chuvas no Brasil: “Morrem muitas crianças”, afirma prefeito

<http://www.abc.com.py/internacionales/lluvias-en-brasil-murieron-muchos-ninos-afirma-alcalde-207411.html>

Publicada em 13 de janeiro de 2011, às 11h24, em nove parágrafos, reunidos em 25 linhas, sem fotografia. A autora da matéria jornalística é a jornalista Antonella Brignardello, do Rio de Janeiro. Não há informações de que ela seja correspondente ou enviada especial. A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*. Em *fait divers* compreende-se, segundo Rabaça e Barbosa (1987, p. 255) todas as notícias que não são incluídas em Política nem Economia, com caráter de

insólito ou extraordinário no curso cotidiano dos acontecimentos.

A notícia relata os impactos da chuva em Teresópolis e Friburgo, região serrana do Rio de Janeiro, deixando 320 mortos, principalmente crianças. Inicia com uma entrevista ao prefeito de Teresópolis, Jorge Mario, que diz que as crianças são as mais frágeis diante da calamidade que atinge a região. Em seguida, o texto exemplifica os acontecimentos a partir do socorro de Nicolás, de 6 meses, e Wellington Guimarães, de 25 anos, que foram resgatados com vida. Porém, a matéria não traz detalhes sobre as operações de resgate, mais dados detalhados a respeito de crianças vítimas do mau tempo nem constam entrevistas com especialistas e autoridades públicas.

Interpretamos que o enquadramento da notícia é constituído por fonte oficial, pois é dado a partir da afirmação do prefeito, com dados gerais, sem detalhes. Subliminarmente, a construção da notícia leva à representação de uma realidade baseada em argumentos óbvios, pois as crianças e os idosos são os mais vulneráveis em quaisquer situações de risco. Não há argumentação concreta para essa situação específica. A realidade apresentada é que a ausência de preocupação do Estado para o caos provoca mortes entre crianças. Podemos recorrer ao que sustenta Reese (2001, p. 07), para quem a partir da forma como a notícia é construída também o mundo social é construído, com base em critérios subjetivos ou objetivos: esse é um caso.

Os valores-notícia aqui identificados por nós são: a personalização, quando a matéria busca dar vida aos dados utilizando exemplos de pessoas anônimas da sociedade, como Nicolás e seu pai Wellington; frequência, o drama social causado pelo mau tempo e o descaso do governo são assuntos recorrentes no *on-line*; contínuo, a cada dia o veículo busca uma nova história para manter o tema em pauta; amplitude, o caos provocado pelos temporais não é exclusividade do Brasil; negatividade, a avaliação que prevalece é a de que o descaso público com o assunto atinge os mais frágeis – as crianças.

## 15 DE ENERO DE 2011 16:25

### Presidenta Rousseff decreta luto de tres días por muertes en Rio de Janeiro

Por AFP

BRASILIA.



Presidenta Rousseff decreta luto de tres días por muertes en Rio de Janeiro\_193756 / ABC Color

La presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, decretó este sábado un luto nacional oficial de tres días por las 558 muertes ya confirmadas en la región montañosa de Rio de Janeiro a causa de las lluvias torrenciales, informó la oficial Agencia Brasil. Este mismo sábado, el gobernador de Rio de Janeiro, Sergio Cabral, ya había decretado un luto oficial de siete días en ese Estado, a raíz del desastre ambiental que se abatió en la madrugada del miércoles sobre varias ciudades situadas en la región de altos cerros próxima de Rio.

Las lluvias torrenciales provocaron deslizamientos de lodo que destruyeron todo a su paso en las ciudades de Nova Friburgo, Teresópolis, Petrópolis y Sumidouro. Al promediar la tarde del sábado, el saldo parcial de víctimas fatales ya se elevaba a 558 personas.

La Secretaría de Fiscalización de Obras Públicas de Teresópolis, Solange Sirico, dijo a una red de televisión que la situación se complicará en toda la zona "con los riesgos de epidemias como la leptospirosis y la hepatitis. Además, en toda la zona de montaña hay riesgos ante serpientes y escorpiones".

Teresópolis, dijo la Secretaría, "dispone de 1.200 médicos pero eso es insuficiente. precisamos de hilos para sutura, precisamos de gasas y vendas. Los equipos de socorro están proporcionando vacunas antitetánicas".

Frente a la Morgue municipal de Teresópolis, los técnicos situaron varios camiones frigoríficos, donde se almacenan los cuerpos que aún no fueron reconocidos por familiares.

Autoridades ya adelantaron que ese saldo podrá elevarse ya que hay varias zonas agrícolas que están aún fuera del alcance de los equipos de rescate. Por el momento, no se ha elaborado oficialmente una lista de personas consideradas desaparecidas.

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes? Envía ARN al 33302 desde tu Tim. Personal o Voz

HERRAMIENTAS

-  Curtin
-  Facebook
-  Twitter
-  Enviar por mail
-  Tamaño de texto
-  Imprimir nota
-  Reportar error

## 17. Presidente Rousseff decreta luto por três dias por mortes no Rio de Janeiro Dilma decreta luto

<http://www.abc.com.py/internacionales/presidenta-rousseff-decreta-luto-de-tres-dias-por-muertes-en-rio-de-janeiro-208151.html>

Publicada em 15 de janeiro de 2011, às 16h25, em seis parágrafos, reunidos em 25 linhas. Há uma fotografia em tamanho grande, na qual um homem sentado observa de forma desolada a imagem da destruição causada pela chuva e os desabamentos. A origem da matéria é a *Agence France-Presse* (AFP). A notícia está na categoria Geral, em *fait divers*. Barthes (1964, p.188-189) considera que em *fait divers* estão as matérias que têm uma elevada carga de interesse humano; a matéria analisada atende a esse critério.

A matéria jornalística informa que a presidente Dilma Rousseff decretou luto oficial no país por três dias em decorrência das 558 mortes, na região serrana do Rio de Janeiro, durante “as chuvas torrenciais que provocaram deslizamentos e destruíram as cidades de Nova Friburgo, Teresópolis, Petrópolis e Sumidouro”. O texto informa ainda que o número de mortes deve subir, e que Teresópolis tem apenas 1.200 médicos para atender a população, número que é insuficiente. Não há entrevistas em *on* (quando a fonte é exposta), apenas declarações breves. Também não constam avaliações de especialistas nem depoimentos de cidadãos.

O enquadramento aqui feito da matéria, e por nós interpretado, mostra uma realidade apresentada em que a situação de calamidade pública domina a região serrana do Rio de Janeiro. Pela construção do texto, o leitor é levado a entender que há uma

tentativa de sensibilização da sociedade. A presidente Dilma Rousseff decreta o luto, mas o Estado demonstra seu despreparo para a situação, quando há perspectivas de que o número de vítimas seja ainda maior e que Teresópolis, uma das cidades tradicionais, reconhece o número insuficiente de profissionais para atender a população. Levando em consideração, segundo Leal (1998, p.02), que a construção da notícia, sua seleção e organização, leva à apresentação da realidade, é importante dar ênfase ao fato de que a realidade apresentada por essa matéria não contém análises específicas nem opinião de parentes ou amigos de vítimas, aqui o enfoque é dado pela forma como foi construída a notícia,

Os valores-notícia aqui identificados são: a amplitude, pois a tragédia atingiu uma grande área no Rio de Janeiro e matou 558 pessoas; a frequência, pois o assunto é recorrente no noticiário do veículo *on-line*; a significância, uma vez que é o retrato do caos e da desorganização causada por catástrofe natural; a referência de elite, isso porque a decisão que motiva a matéria, o decreto de luto, foi tomada pela presidente Dilma Rousseff.

[Archivo](#) [Servicios](#) [Clasificados](#) [Redes](#) [Iniciar sesión](#) [Registrarse](#) [Radio](#)  
 02 de abril de 2014 23:27 (ACTUALIZADO HACE 21 SEG) 24 °C PAR. NUBLADO

[NOTICIAS](#) [EDICIÓN IMPRESA](#) [NACIONALES](#) [DEPORTES](#) [ESPECTÁCULOS](#) [ESPECIALES](#) [MULTIMEDIA](#)

[Inicio](#) > [Edición Impresa](#) > [Internacionales](#) > [Cónsul paraguayo en Curitiba pide precaución a compatriotas en Brasil](#)

25 DE ENERO DE 2011

## Cónsul paraguayo en Curitiba pide precaución a compatriotas en Brasil

El cónsul paraguayo en Curitiba, Héctor Giménez, pidió precaución al transitar por las rutas del Brasil. Opinó, no obstante, que no sería necesario cancelar viajes ya que existe trabajo preventivo y hay rutas habilitadas.



Cónsul paraguayo en Curitiba pide precaución a compatriotas en Brasil, 1/27/11 / ABC Color

**HERRAMIENTAS**

[Cortar](#) [Compartir](#)  
[Facebook](#)  
[Twitter](#)  
[Enviar por mail](#)  
[Tamaño de texto](#)  
[Imprimir nota](#)  
[Reportar error](#)

El cónsul paraguayo, Héctor Giménez, con residencia en la ciudad de Curitiba (la sede consular más cercana a la ciudad de Florianópolis), indicó que la situación tras las lluvias en esta última ciudad y en Camboriú sugiere tomar precauciones ante la "imprevisibilidad de la naturaleza".

Sin embargo, el cónsul hasta el momento no tiene registro de problemas críticos con los connacionales, como el corte de servicios.

"Hasta el momento no se registran aún inconvenientes con la provisión de agua y energía eléctrica en las ciudades. De hecho, en los lugares turísticos (las autoridades) tienen mucho cuidado con estos temas, ya que es una de sus principales fuentes de ingreso. Del mismo modo con el trabajo de despeje de las rutas", indicó Giménez.

Asimismo, resaltó que los mayores problemas por los que atraviesan los turistas compatriotas son los bloqueos de caminos por desmoronamientos de las seranías.

"Actualmente, de las rutas que mayormente utilizan los paraguayos para llegar a las ciudades de Florianópolis y Camboriú que son las más visitadas, una sola se encuentra bloqueada", aseveró que diplomático.

Se trata de la ruta BR 280, que había sufrido el deslave en varios tramos. Sin embargo, la Policía Rodoviaria anunció que la misma está siendo despejada por tramos.

"Por su parte, las BR 101 y BR 277, que son otras de las opciones tras el ingreso desde la ciudad de Foz, están habilitadas", dijo el cónsul.

Giménez resaltó que estas situaciones de bloqueo pueden cambiar en cualquier momento si se considera la "imprevisibilidad de la naturaleza".

Asimismo, recomienda tener precauciones a la hora de desplazarse en vehículos terrestres. "Si se registran grandes lluvias en el momento en que se encuentran en las rutas, lo mejor es detenerse en un lugar seguro y esperar que las condiciones climáticas mejoren".

Según el responsable del consulado nacional en Curitiba, se anuncian más lluvias para los próximos días en la zona de Florianópolis.

Giménez, antes que sugerir que no se viaje en estas condiciones, prefirió que simplemente se tomen los cuidados referidos anteriormente y, a su criterio, de ser posible, elegir el "Litoral de Paraná" como destino turístico preferencial, entre las demás opciones.

## 18. Cónsul paraguayo em Curitiba pede precaução a compatriotas no Brasil

<http://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/consul-paraguayo-en-curitiba-pide-precaucion-a-compatriotas-en-brasil-211958.html>

Publicada em 25 de janeiro de 2011, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A matéria jornalística não tem autoria clara, o que leva à hipótese de resultar da produção coletiva da própria redação do veículo *on-line* a partir de informações obtidas de várias fontes, como as agências noticiosas. O texto tem 16 parágrafos, reunidos em 64 linhas. A fotografia publicada é aérea, de uma praia em um dia ensolarado em Florianópolis, Santa Catarina. A notícia está na categoria Geral, *em fait divers*. Em *fait divers* estão incluídas matérias com caráter humano e também as relativas às catástrofes naturais, como as consequências das chuvas intensas no verão brasileiro, segundo Rabaça e Ribeiro (1987, p.255).

A matéria se refere ao alerta do cónsul paraguayo, que mora em Curitiba (Paraná) sobre a necessidade de se tomar cuidado e redobrar a atenção no período de chuva no Brasil devido à intensidade que ela ocorre e aos problemas causados, principalmente na região de Santa Catarina, bastante procurada pelos paraguayos. O texto informa ainda que o Ministério das Relações Exteriores do Paraguai está em alerta e mantém a mesma orientação dada pelo cónsul. Todavia, a matéria é relativa ao perigo da chuva, e das estradas, e o alerta sobre é sobre esse tema, mas a imagem que ilustra a notícia é o oposto: uma bela fotografia de mar aberto e ensolarado de Florianópolis.

Interpretamos que a matéria sugere explicitamente a inadequação do momento para viagens ao Brasil, mesmo sendo época de férias, pois as chuvas de verão podem trazer problemas. A notícia se sustenta na entrevista com o cônsul do Paraguai em Curitiba, Paraná, Héctor Gimenez. Não há, por exemplo, depoimentos de paraguaios que desistiram de viajar nem daqueles que, pelo contrário, mantiveram as férias, apesar da ameaça de chuva. Também não há avaliação de um meteorologista ou de empresários sobre os prejuízos causados pela chuva na região, uma vez que além das perdas no campo eda tragédia humana, turistas desistem da viagem. É uma notícia cuja principal – e única – fonte é oficial. Comprendemos que o enquadramento dado à matéria é a do despreparo do Estado brasileiro em momento de chuvas intensas e da preocupação do Estado paraguaio com seus cidadãos. A realidade apresentada é esta. Se retomamos o texto de Reese (2001, p.07) podemos afirmar, com base na organização da notícia, que ela estrutura a apresentação do mundo social.

Os valores-notícia aqui identificados são: amplitude, pois as chuvas no Brasil acabam por atingir os planos dos paraguaios que pretendem viajar; a frequência, pois é outra interpretação sobre o caos provocado pelas chuvas no Brasil; a significância, pois o tema está entre os principais do noticiário do *on-line*; a referência de elite, pois é a entrevista com o cônsul do paraguaio, uma autoridade pública; a negatividade, pois é a consequência de uma situação que provoca vários efeitos.

31 DE ENERO DE 2011

## Histórico encuentro de mujeres presidentes de Argentina y Brasil



Historico encuentro de mujeres presidentes de Argentina y Brasil\_200223 / ABC Color

La presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, afirmó que en la visita que realiza hoy a la Argentina, la primera desde su investidura, buscará reafirmar la relación "especial y estratégica" entre ambos países y el rol conjunto en la defensa de los intereses de América Latina. **BUENOS AIRES (AFP)**. "Brasil y Argentina tienen responsabilidades ante el conjunto de América Latina en el sentido de hacer que nuestra región tenga cada vez más presencia en el escenario internacional", dijo Rousseff en una entrevista que publican este domingo los principales diarios argentinos antes de su llegada a Buenos Aires.

La Mandataria destacó que busca construir "una relación extremadamente estrecha con la presidenta (Cristina) Kirchner", con quien se reunirá el lunes en la Casa Rosada (sede gubernamental) para la firma de varios acuerdos de cooperación en energía y ciencia.

"Voy a subrayar la idea fundamental de una relación especial y estratégica con Argentina", dijo.

Rousseff destacó que será además la primera reunión entre ambas como presidentas de las dos mayores economías del Cono Sur.

"Dos presidentas mujeres constituyen un hecho para festejar, porque los dos mayores países del Cono Sur están dando una demostración de que sus sociedades evolucionaron en el sentido de superar el tradicional preconcepto que existía contra la mujer y en el sur del mundo", dijo.

La Mandataria consideró fundamental la articulación política y económica entre ambos países para defender los intereses regionales en el plano internacional.

"Brasil y Argentina articulados, con líderes mujeres, nos permitirá una presencia mayor en los organismos internacionales, como el G-20 o el G-77", presidió este último por Argentina.

También consideró "muy importante" la incorporación de Venezuela al Mercosur y se pronunció en favor de "una rotación" en la secretaría general de la Unasur, que quedó vacante tras la muerte en octubre del ex presidente argentino Néstor Kirchner.

En su visita a Argentina, Rousseff se reunirá en la Casa Rosada con Madres y las Abuelas de Plaza de Mayo en una demostración del papel que ocupa la defensa de los derechos humanos en su política de gobierno.

"No voy a negociar derechos humanos, es decir que no haré concesiones en ese tema", puntualizó.

Sobre la política monetaria de Brasil y la posibilidad de una devaluación del real frente al dólar, la Mandataria consideró que la moneda brasileña se ha mantenido dentro del margen de fluctuación esperado, pero admitió que "nadie en el mundo puede afirmar que no va a devaluarse".

Rousseff arribará a Argentina a las 11:00, almorzará en la Cancillería con Cristina Fernández y regresará al Brasil a las 16:00.

¿Querés recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes? Envíá ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

### HERRAMIENTAS

Enviar por correo

Facebook

Twitter

Enviar por mail

Tamaño de texto

Imprimir nota

Reportar error

## 19. Histórico encontro de mulheres presidente da Argentina e Brasil

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/historico-encuentro-de-mujeres-presidentes-de-argentina-y-brasil-214157.html>

Publicada em 31 de janeiro de 2011, às 22h03, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem 13 parágrafos e 38 linhas. Há duas fotos: em ambas as Rousseff e Cristina Kirchner, da Argentina, aparecem com as faixas presidenciais. A origem da matéria jornalística é a *Agence France-Presse* (AFP). A notícia foi categorizada por nós em Política.

A matéria relata a primeira viagem da presidente Dilma Rousseff, depois de eleita, ao exterior, e o país escolhido é a Argentina. As fotos escolhidas são antigas: as presidentes Dilma e Cristina Kirchner aparecem de branco e com a faixa presidencial. O texto informa que na passagem por Buenos Aires, além das reuniões com Cristina Kirchner, Dilma

também vai se encontrar com as Avós da Praça de Maio, entidade que representa mães e avós que têm filhos e netos desaparecidos durante a ditadura da Argentina. Não há entrevistas. A notícia se sustenta em uma espécie de agenda da presidente Dilma Rousseff, incluindo antigas referências feitas por ela sobre direitos humanos e perspectivas para a economia.

Interpretamos que o enquadramento dado à matéria é o oficial. A presidente da República do Brasil que visita a cidade. Pela construção da matéria, a realidade apresentada centra-se no relevante papel que terá a Argentina para o governo de Dilma

Rousseff, pois foi o primeiro país visitado por ela, após a posse. Isso significa que o Brasil respeita a Argentina e que essa relação deverá ser mantida. É a interpretação implícita presente na realidade construída. Sobre o enquadramento, Lage (1998, p.378) afirma que esse recurso é tão utilizado que, por vezes, os mais instruídos não percebem o “jogo que há por detrás”.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, pois as personagens são duas presidentes da República; referência de nações de elite, pois envolve Brasil e Argentina; amplitude, pois é um tema que perpassa nações; significância, pois é a visita de uma chefe de Estado à Argentina, associado a tudo que isso representa; frequência, pois envolve um tema que não se limita a uma única notícia.

The screenshot shows the ABC News website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Archivo', 'Servicios', 'Clasificados', 'Redes', 'Iniciar sesión', and 'Registrarse'. A weather widget displays '02 de abril de 2014' and '24 °C PAR. NUBLADO'. Below the navigation, a breadcrumb trail reads 'Inicio > Mundo > Crecen ganancias de las industrias brasileñas'. The main headline is 'Crecen ganancias de las industrias brasileñas' with a sub-headline 'RÍO DE JANEIRO.' and the byline 'Por EFE'. The article text discusses the growth of the Brazilian industrial sector in 2010, noting a 9.9% increase in sales compared to 2009. It mentions that the sector was the main driver of the economy and that the country's GDP expanded by 7.3%. The text also notes that while sales grew, employment in factories decreased by 0.6% in December 2010 compared to November. A sidebar on the right contains a 'HERRAMIENTAS' section with social media sharing options (Facebook, Twitter, Email), a 'Reportar error' link, and a '¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?' subscription prompt.

## 20. Crescem os lucros das indústrias brasileiras

<http://www.abc.com.py/internacionales/crec-en-ganancias-de-las-industrias-brasilenas-218097.html>

Publicada em 10 de fevereiro de 2011, às 13h04, em dez parágrafos, reunidos em 38 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é a agência de notícias EFE. A notícia está na categoria Economia.

A matéria é sustentada em dados da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrando que o crescimento da indústria brasileira foi de 9,9%, em 2010, em comparação a 2009. Os dados mostram que o setor industrial é que movimentou a economia brasileira. Não há entrevistas com especialistas, políticos nem empresários.

É uma notícia que se baseia em um informe da CNI e contextualiza com informações do IBGE.

A julgar por seu enquadramento, interpretamos que nessa notícia o Brasil é apresentado como um país cuja economia está em crescimento e motivada por um setor industrial forte. A construção da notícia, na sua seleção e organização das informações, apresenta uma realidade. A realidade apresentada é o da economia forte e do país em desenvolvimento. Mas é preciso não perder de vista o que também anuncia Park (2003, p.145), vale lembrar, o fato de que a realidade apresentada é parcial, não integral.

Os valores-notícia aqui identificados são: a continuidade, pois o tema está presente permanentemente no noticiário do veículo; a significância, que é a relevância do assunto não só para o Brasil como também para a região; a amplitude, pois envolve um universo que vai além da questão específica do crescimento industrial – são mais empregos, mais geração de renda e abertura do mercado externo; a frequência, o assunto é mantido no noticiário.


 Archivo Servicios Clasificados Redes Iniciar sesión Registrarse Radio

02 de abril de 2014  
 23:29 (ACTUALIZADO HACE 1 MIN)

24 °C  
 PAR. NUBLADO

NOTICIAS EDICIÓN IMPRESA NACIONALES DEPORTES ESPECTÁCULOS ESPECIALES MULTIMEDIA

Inicio > Mundo > Rousseff: Brasil convirtió crisis en oportunidad y entró a era de prosperidad

02 DE ENERO DE 2012 08:35

## Rousseff: Brasil convirtió crisis en oportunidad y entró a era de prosperidad

Por EFE

RÍO DE JANEIRO. La presidenta brasileña, Dilma Rousseff, afirmó hoy que Brasil consiguió transformar la crisis económica global en una oportunidad para crecer y que eso le permitió entrar en una "era de prosperidad".

"Con planificación y políticas acertadas estamos consiguiendo proteger nuestra economía, nuestros sectores productivos y, especialmente, el empleo de los brasileños. Estamos transformando un momento de crisis en un momento de oportunidad y entrando en una nueva era, una era de prosperidad", dijo la mandataria en su programa semanal de radio.

La gobernante destacó que en 2011, un año en el que casi todos los países perdieron empleos, Brasil generó más de 2 millones de nuevos puestos formales de trabajo y registró un crecimiento económico con la inflación bajo control.

"En el año en el que las grandes potencias mundiales registraron crecimiento negativo o nulo, nosotros tuvimos un buen crecimiento debido a que se produjo junto con inflación baja, intereses decrecientes, aumento de empleo, distribución de renta y disminución de desigualdades", señaló.

Pese a que se enfrentó a algunos efectos de la crisis como la reducción de la demanda externa, el producto interior bruto (PIB) de Brasil creció en 2011 cerca del 3 por ciento, según las últimas previsiones.

El crecimiento del año pasado, sin embargo, se ubicó lejos de la expansión del 7,5 por ciento de 2010 y obedeció principalmente al desempeño del primer semestre debido a que la economía registró un estancamiento a partir de julio.

Rousseff añadió que mientras que en 2011 Brasil afrontó una gran prueba, en 2012 podrá consolidar su modelo de crecimiento, basado en el incentivo del mercado interno mediante la reducción de impuestos, el incremento del crédito y el aumento de la renta.

"Este año comienza con menos tributos para las más de 5 millones de pequeñas empresas y para los pequeños emprendedores individuales, que tendrán crédito más fácil y más barato", aseguró.

La gobernante dijo que en 2012 todos los brasileños tendrán facilidades para adquirir su casa propia gracias a que, hasta 2014, los bancos estatales invertirán 125.000 millones de reales (unos 69.444 millones de dólares) en programas de crédito barato para vivienda.

Agregó que para impulsar el consumo y garantizar el crecimiento de la economía, el Gobierno también redujo impuestos sobre electrodomésticos como heladeras, fogones y lavadoras de ropa, y sobre camiones, furgonetas y máquinas agrícolas.

"Con menos impuestos y más crédito, la economía brasileña crecerá más", aseguró.

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22992 desde tu Tigo, Personal o Vox.

## 21. Rousseff: Brasil transformou crise em oportunidade e entrou na era da prosperidade

<http://www.abc.com.py/internacionales/rousseff-brasil-convirtio-crisis-en-oportunidad-y-entro-a-era-de-prosperidad-351156.html>

Publicada em 02 de janeiro de 2012, às 8h35, em 12 parágrafos, reunidos em 38 linhas, sem fotografia. A origem da matéria jornalística é a agência de notícias espanhola EFE. A notícia está na categoria Economia.

A matéria jornalística se sustenta no discurso da presidente Dilma Rousseff. O veículo *on-line* paraguaio se refere à presidente pelo sobrenome. O texto relata que a governante brasileira havia “convertido” a crise em oportunidade de uma era de prosperidade. A notícia é sustentada, exclusivamente, no discurso da

governante, inclusive os dados apresentados também foram relatados por Dilma Rousseff.

Em virtude do enquadramento dado à matéria, o Brasil, segundo a presidente da República, recuperou-se dos efeitos da crise econômica mundial e vive, segundo a própria governante, um momento definido como prosperidade. Uma vez que a notícia não apresenta contestações à afirmação, por intermédio de entrevistas que porventura viessem a discordar da análise, a realidade apresentada é unilateral. A construção da matéria, de acordo com Reese (2001, p. 07), pela seleção e organização das informações, leva à apresentação de uma realidade. É o enquadramento, o enfoque, da notícia.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, representada pela presidente da República do Brasil, por ser a maior referência política do país; nações de elite por envolver o Brasil; amplitude, pois prosperidade econômica para um país reflete na região; significância, pelo peso que representa o tema.

abc  
02 de abril de 2014  
24 °C  
P.M. MIELADO

NOTICIAS | EDICIÓN IMPRESA | NACIONALES | DEPORTES | ESPECTÁCULOS | ESPECIALES | MULTIMEDIA

Inicio > Edición Impresas > Internacionales > Corrupción en Brasil, mal endémico que puede agravarse con boom económico

03 de febrero de 2012

### Corrupción en Brasil, mal endémico que puede agravarse con boom económico

Corrupción en Brasil, mal endémico que puede agravarse con boom económico\_359570 / ABC Color

La caída en serie de ministros por supuestas irregularidades es apenas la punta del iceberg de la corrupción que crece a Brasil de forma endémica, atraviesa la política y representa uno de sus mayores desafíos para consolidarse como potencia económica mundial, según expertos BRASILEÑA (AFP). "Somos un país rico, pero con costumbres de países pobres", dijo Gil Castello Branco, presidente de Contas Abiertas, una ONG especializada en la lucha contra la corrupción.

Desde la estadística hasta el cine, pasando por las denuncias diarias de prensa, retratan la corrupción en Brasil como un monstruo de varias cabezas, siendo apenas la más visible la relacionada con la política (el soborno, el pago de favores y el tráfico de influencias), pero no menos grave que la ineficiencia estatal y la corrupción política.

Enquistada en la historia brasileña, la corrupción es una de las mayores preocupaciones de las clases altas y medias en tiempos de bonanza, y potencial amenaza para las millonarias inversiones que realiza Brasil para acoger el Mundial de Fútbol 2014 y los Juegos Olímpicos 2016, según analistas.

"Creo que en la misma proporción que aumenta la cantidad de grandes obras, el riesgo de corrupción también se eleva. El corrupto va adonde está el capital", señaló Castello Branco.

La sexta economía mundial es la peor calificada después de China entre los países más ricos en materia de corrupción, según el índice de Transparencia Internacional.

Desde la creación en 1995 de ese indicador, que refleja la percepción de empresarios y expertos frente a la corrupción en el sector público, Brasil tiene una calificación promedio de 3,7 en una escala de uno a 10, siendo 1 el más corrupto.

La corrupción les cuesta cada año a los brasileños entre 1,4% y 2,3% del PIB, un porcentaje que puede alcanzar los 146.000 millones de dólares, según la Federación de Industriales de São Paulo (Fiesp), que presentó en diciembre uno de los pocos estudios que intenta cuantificar el problema.

"La percepción de la corrupción en Brasil se ha mantenido en los últimos años de forma constante y bastante alta", dijo Fernando Filgueiras, coautor del estudio "Corrupción y Controles Democráticos en Brasil", publicado en 2011.

Como él, son varios los expertos que creen que los controles públicos aumentaron en los últimos años de democracia, pero la impunidad sigue siendo muy alta y el sistema político en todos los niveles deja un amplio espacio a la corrupción.

"Solo el gobierno federal (central) dispone por ley de 90.000 cargos de confianza (de libre nombramiento), mientras en Estados Unidos solo son 9.051 y en Gran Bretaña 300", dijo Claudio Alencar, director de la ONG Transparencia Brasil.

"El control es mejor que antes, pero la justicia no va al mismo ritmo", complementó Marco Antonio Teixeira, investigador del tema de la Fundación Getulio Vargas.

**Renuncia de ministros**

El contraste de Brasil como un país rico pero del Tercer Mundo en materia de transparencia emergió con el caso inédito de la renuncia forzada de siete ministros por presuntas irregularidades en poco más de un año de gobierno de Dilma Rousseff.

El más reciente caso fue el del ministro de Ciudades, Mario Negromonte, que dimitió el jueves, acusado por denuncias de irregularidades.

Sin embargo, Rousseff gana de una popularidad récord del 72% gracias al buen momento de la economía y a que la opinión pública relaciona las renuncias con su combate a la corrupción, y en la práctica conserva la tradición de asegurar el apoyo del Congreso a cambio de cuotas de poder.

"Hoy el brasileño sabe que la corrupción es un problema serio y (que tiene) sus consecuencias para la vida colectiva. Con todo, ese mismo ciudadano no rechaza tampoco a sus familias en el poder público si tiene oportunidad", señaló Filgueiras, coautor del estudio "Corrupción y Controles Democráticos en Brasil".

¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Voz.

## 22. Corrupção no Brasil, mal endêmico que pode se agravar com o boom econômico

<http://www.abc.com.py/edicion-impresas/internacionales/corruptcion-en-brasil--mal-endemico-que-puede-agravarse-con-boom-economico-362277.html>

Publicada em 03 de fevereiro de 2012, sem horário exposto, o que pela prática jornalística indica que a matéria foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. A única fotografia na notícia é do ex-ministro das Cidades Mario Negromonte, que renunciou em meio a denúncias. Mas não há um texto-legenda informando que a foto é dele, deixando o leitor perdido sem saber de quem se trata a imagem. O crédito é do *ABCColor*. O texto tem 15 parágrafos, reunidos em 72 linhas. A origem da matéria jornalística é da *Agence France-Presse* (AFP). A notícia está na categoria Política.

Estampando a foto do ex-ministro Mario Negromonte, sem informar na legenda que se trata dele, a matéria relata os últimos acontecimentos no Brasil sobre as denúncias de irregularidade e corrupção, envolvendo integrantes do governo. O texto é sustentado por dados da imprensa, da Federação das Indústrias de São Paulo (FIESP) e quatro entrevistas

com representantes de diferentes organizações não governamentais (ONGs). A matéria relata que a corrupção, indicada como permanente no país, pode atingir a economia e atrapalhar os avanços.

Interpretamos que o modo como a matéria foi construída apresenta como realidade um Brasil cuja vulnerabilidade que decorre de uma “corrupção endêmica”, e envolve personagens próximos ao poder – muitas vezes com poder –, afetará a economia. O enquadramento da notícia, o enfoque dela, é construído pela maneira como são selecionadas e organizadas as informações. Implícita ou explicitamente, de acordo com os estudos de Leal (1998, p.02), é o momento do veículo mostrar seu papel político.

Os valores-notícia aqui identificados são: referência de elite, pois envolve ministros de Estado; nações de elite, pois o tema é Brasil; significância, uma vez que corrupção e economia são assuntos representativos; frequência, pois o assunto é tema de pauta no noticiário; continuidade, pois o assunto não se esgota em uma única matéria.

05 DE ABRIL DE 2012  
**Empresarios, contra medidas “proteccionistas” de Dilma**



Dilma Rousseff, cerca de su ministro de Hacienda, Guido Mantega, anunciando su plan de medidas. (EFE) / EFE

**BRASILIA (ANSA, AFP).** El paquete de medidas para socorrer a la industria brasileña, anunciado el martes por la presidenta Dilma Rousseff, fue considerado “proteccionista” por entidades que representan a empresas vinculadas a comercio exterior.

“Brasil va a ser tachado de proteccionista y va a sufrir procesos fuera del país, el país quedó vulnerable ante represalias por parte de la comunidad internacional”, declaró Iván Ramalho, presidente de la Asociación Brasileña de Empresas del Comercio Exterior.

En 2011 Brasil fue cuestionado por varios países en la Organización Mundial del Comercio por implementar iniciativas “proteccionistas” como el aumento de los impuestos a los vehículos importados.

Dentro del conjunto de medidas presentadas por Rousseff se cuenta el incremento en las tasas cobradas a las importaciones, con lo cual se hizo lugar a un reclamo planteado por organizaciones industriales.

Además habrá una reducción drástica de las cargas laborales y del impuesto a la Producción Industrial, para 15 rubros de la actividad fabril, que están amenazados por la “invasión de importaciones” según la Federación de Industrias de São Paulo.

El titular de la Asociación de Comercio Exterior de Brasil, José Augusto de Castro, considera que mientras el Gobierno redujo la carga impositiva a los grupos industriales nativos, la aumentó para los bienes importados, y con ello violó las normas del comercio internacional.

“La OMC es clara: no se puede tener una tributación diferente entre (iguales) productos importados y nacionales”, declaró Castro en entrevista al diario Estado de São Paulo de ayer.

**Mayor popularidad**

La presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, alcanzó en marzo una popularidad del 77%, la más alta en el año y a cuatro meses de asumir el gobierno, según un sondeo de la encuestadora privada Ibope divulgado ayer. La aceptación del gobierno se mantuvo estable en un 56% con respecto a la medición de hace tres meses. Un 34% lo calificó de malo y un 8% de muy malo.

## 23. Empresários: contra medidas protecionistas de Dilma

<http://www.abc.com.py/edicion-imprensa/internacionales/empresarios-contra-medidas-proteccionistas-de-dilma-386998.html>

Publicada em 05 de abril de 2012, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e, depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem oito parágrafos, reunidos em 36 linhas. A fotografia publicada é da presidente Dilma Rousseff com um semblante de preocupação, em primeiro no plano, e ao fundo, em segundo plano, o ministro da Fazenda, Guido Mantega, observando-a com a mão no rosto. A origem da matéria jornalística é a *Agence France-Presse* (AFP). A notícia está na categoria de Economia.

A matéria jornalística se sustenta nas afirmações de Ivan Ramalho, da Associação Brasileira de Empresários em Comércio Exterior, e de José Augusto de Castro, da Associação de Comércio Exterior do Brasil, que criticam as

medidas adotadas pelo governo informando que elas estão em desacordo com o que desejam os empresários. A notícia se baseia nas entrevistas concedidas por eles ao jornal *Estado de S. Paulo*. O texto inclui ainda a informação de que Dilma desfrutava de elevada popularidade.

Pela construção da notícia, vê-se que as informações foram selecionadas e organizadas, ou seja, é dado o enquadramento, o enfoque da matéria, que leva à realidade apresentada ao público. No caso, a matéria mostra que a presidente Dilma Rousseff toma decisões, apesar de contrariar os empresários, e uma das motivações pode ser a busca pela alta popularidade. A possibilidade de conflito entre o governo e o

empresariado também está implícita no texto. Vale lembrar o que ressalta Lage (1998, p.378), que o instrumento do enquadramento é tão presente no cotidiano que nem sempre é perceptível.

Os valores-notícia aqui identificados são: a referência de elite, pois envolve a presidente da República e empresários; a referência de nações de elite, no caso o Brasil; a significância, que é a relevância do assunto; a frequência, pois o tema é constante no noticiário; a continuidade, pois a matéria não se limita a uma única notícia; e a negatividade, pois há uma divergência explícita e uma possibilidade de confronto implícita.

#### **24. Denúncias sobre corrupção preocupam Dilma e Lula**

Publicada em 15 de abril de 2012, sem horário exposto, o que na prática jornalística indica que a notícia foi publicada inicialmente no veículo impresso e depois reproduzida no noticiário *on-line*. O texto tem oito parágrafos, reunidos em 34 linhas, sem fotografia. A origem da matéria é a agência italiana de notícias Ansa. A notícia está na categoria Economia.

A matéria jornalística é uma compilação de informações sobre os acontecimentos recentes envolvendo o governador do Distrito Federal, Agnelo Queiroz, do PT, com suspeitas de irregularidades, por ser suspeito de manter ligações com Carlos Ramos, que no Brasil ficou conhecido como Carlinhos Cachoeira, empresário que enriqueceu ilicitamente. A matéria não informa em detalhes o perfil do empresário, mas diz que o presidente da Câmara, o deputado federal Marco Maia, do PT do Rio Grande do Sul, evidenciou a preocupação de Dilma Rousseff e de Lula sobre os acontecimentos. A matéria se baseia em informações publicadas no jornal Estado de S. Paulo.

Interpretamos, pelo enquadramento dado à matéria, e considerando o modo de seleção e organização das informações, é apresentada como realidade a tensão de Dilma e Lula porque um dos governadores do PT, o de Brasília, onde está fisicamente o Poder Executivo, é suspeito de irregularidades e de envolvimento com um empresário irregular. Não há entrevistas, além da concedida pelo presidente da Câmara, que é uma reprodução do jornal brasileiro, que sustentem o referenciado temor das autoridades públicas. Como afirma Leal (1998, p 02), é por meio do enquadramento que o veículo de imprensa pode de maneira objetiva ou subjetiva apresentar a realidade.

Os valores-notícia aqui identificados são: as referências de elite, pois envolve a presidente da República, um ex-presidente e um governador, além do presidente da Câmara dos Deputados e um empresário; a significância, pois corrupção é um assunto sempre caro aos leitores e à imprensa; afreqüência, pois o tema corrupção passou a ser veiculado constantemente pelo *on-line*; a amplitude, pois envolve vários integrantes do poder no Brasil; e a negatividade, pois diz respeito a um assunto que põe em dúvida a credibilidade política, mesmo que de forma pontual, no Brasil.

## **CAPÍTULO 7 - O jornalista no processo da produção da notícia**

Neste capítulo é analisado o papel do jornalista na produção da notícia. Procuramos compreender como se constrói a elaboração de uma matéria jornalística, os aspectos implícitos e explícitos que envolvem esse processo. Aqui incluímos as discussões de autores, como White, Breed, Wolf, Sousa e Alsina, dentre outros, e também as opiniões de jornalistas-correspondentes entrevistados para esta pesquisa. Buscamos neste capítulo entender como ocorre a seleção, a produção e a veiculação do material jornalístico. Consideramos fundamental observar desde a cultura que envolve os profissionais, suas rotinas até o processo final de escolha, produção e publicação do noticiário. Não há a pretensão de aprofundar aqui o debate sobre o perfil do jornalista, o papel social nem as mudanças estruturais pelas quais passa o jornalismo, mas consideramos essencial incluir essas questões no debate sobre a produção da notícia.

Considerando que o processo de construção da notícia ocorre em três etapas, quais sejam, a seleção/produção, a circulação e o consumo, a indústria jornalística é responsável pelo tratamento da informação antes de sua publicação – independentemente do veículo que fará sua circulação. Segundo Alsina (1989, s/n), os responsáveis por esse processo de “tratamento da informação” e sua posterior transformação em notícia são os jornalistas, os “produtores da realidade social”. Mas é preciso também compreender como funcionam as rotinas produtivas que envolvem o cotidiano desses “produtores da realidade social”, objeto de estudo do *newsmaking*.

De acordo com Wolf (1994, p.159-227), é a teoria do *newsmaking* que permite, por exemplo, a avaliação de uma série de critérios: valores-notícias, grau de noticiabilidade, relações pessoais dentro da organização (empresa que produz a notícia) e rotinas de produção da reportagem. Por meio dela buscamos a compreensão sobre a cultura profissional do jornalista, a organização do trabalho e os processos produtivos dentro da empresa de uma comunicação. É a teoria que avalia a noticiabilidade e o valor-notícia de um fato.

Associada à cultura profissional do jornalista, diretamente vinculada a ela, existe a relação dos profissionais com as fontes. As fontes são representantes de um ou mais grupos – organizados ou não –, assim como de utilidade pública e de outros setores da sociedade, afirma Sousa (1980, p. 4). Para Wolf (2003, p. 233-243), as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos meios de

comunicação de massa: mas permanecem imprecisas na mitologia profissional. Segundo ele, na rede de fontes contam menos as questões ideológicas prévias do que as necessidades de produção e os procedimentos operacionais. O autor ressalta que, por vezes, as fontes são referenciadas pela proximidade que mantêm com os jornalistas, a conveniência – seja do profissional de imprensa ou do veículo envolvido – e pela facilidade de comunicação e acesso.

Na tentativa de explicar os limites existentes para que um determinado fato seja transformado em notícia e ganhe – ou não – destaque na imprensa, recorremos à teoria do *gatekeeping*. White (1993, p. 143) diz que há *gates* ou “portões”, cujas funções são desempenhadas por setores ou pessoas, que se destinam a selecionar e a produzir as notícias. Essas ações são orientadas por regras imparciais ou por um grupo no poder, que toma a decisão de “deixar entrar” ou de rejeitar as notícias.

“O processo de seleção é subjetivo e arbitrário, com as decisões dependendo muito de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (White, 1993, p. 149). Ele apresenta seis motivos que fazem com que o jornalista se conforme com a política editorial da organização. São eles: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de dever e estima para com os superiores; as aspirações à mobilidade profissional; a ausência de fidelidade de grupo contrapropostas; o caráter agradável do trabalho; o fato de a notícia ser transformada em valor.

### **7.1. O jornalista como ponte**

Alsina (1989, s/n) ressalta ainda que os jornalistas têm um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante. Segundo ele, essas competências são realizadas no interior de aparatos de produção específica: a imprensa. Nesta pesquisa observamos, a partir do levantamento descritivo e da análise qualitativa, que a figura individual do jornalista tende a desaparecer dominado pela presença cada vez mais intensa das grandes agências de notícias que trabalham em um esquema quase industrial de produção da notícia.

Independentemente do predomínio aparente das grandes agências de notícias, aqui observado, avaliamos, tomando como referência as entrevistas com jornalistas-correspondentes para esta pesquisa e o levantamento nos veículos analisados,

especialmente das notícias elaboradas por enviados ou correspondentes, que o papel social do jornalista como aquele que estabelece pontes em uma sociedade estratificada se mantém como necessário e fundamental para estabelecer o diferencial. Lembramos a atualidade do estudo de Medina (1982, p.22-23). Ele afirma que o jornalista, quando constrói a realidade, se investe do papel social: “Sua função é estabelecer pontes na realidade dividida, estratificada em grupos de interesse, classes sociais, extratos culturais e até mesmo faixas etárias”.

Correspondente brasileira na Argentina há 19 anos, a jornalista Marcia Carmo, editora do jornal *on-line* em português do *Clarín* e repórter da *BBC Brasil*, afirmou, em entrevista exclusiva para esta pesquisa, que está convencida de que o trabalho do jornalista como produtor da notícia é essencial. De forma categórica, Carmo disse: *nada substitui o repórter in loco com seu olhar e sua presença*. Ela acrescentou, ainda, que as agências de notícias, mesmo com a ampliação de espaços que vêm conquistando, não substituem o papel do correspondente que é capaz colher algo “mais próximo” e de interesse para os leitores de seu país:

Sempre haverá espaço para o repórter que chega e procura os vínculos na reportagem com seu próprio país – e conseqüentemente audiência. Chegar e encontrar uma história brasileira em qualquer lugar torna a notícia mais próxima, mais interessante e menos ‘internacional’. E esse é o papel de um correspondente e não necessariamente da agência de notícias.

De maneira semelhante pensa a jornalista Marina Guimarães, correspondente da Agência Estado, na Argentina, e há 18 anos vivendo no país. Também em entrevista exclusiva para esta pesquisa, Guimarães considera “impraticável” uma cobertura jornalística diferenciada sem a presença de um correspondente ou enviado. “(...) o correspondente ou o enviado especial marca o diferencial na cobertura, inclusive do *hardnews* – o olhar brasileiro” (GUIMARÃES, 2014, APÊNDICE).

## **7.2. Isenção e Neutralidade**

Não pretendemos aqui abordar de modo detalhado a discussão sobre isenção e neutralidade, mas consideramos o debate essencial, uma vez que esta pesquisa analisa a questão da construção geomidiática do Brasil em três noticiários *on-line* de países sul-

americanos. Não há como deixar de lado a polêmica dúvida sobre a existência ou não, nesse processo, de isenção e neutralidade. Remetendo-nos a Paulo Freire, ele trata sobre a impossibilidade de uma posição neutra em atividades associadas ao social. Paulo Freire, inclusive, condena os defensores da chamada neutralidade: “A neutralidade frente ao mundo, frente ao histórico, frente aos valores, reflete apenas o medo que se tem de revelar o compromisso, o verdadeiro compromisso é a solidariedade” (FREIRE, 1983, p.19).

A discussão aqui é por nós apresentada até mesmo no que se refere à seleção do noticiário feita pelos três veículos: o *Clarín*, com as escolhas de notícias predominantemente econômicas; o *ABC Color*, com matérias jornalísticas de política, e o *El País*, com as (notícias) de caráter generalista. A seleção, a produção e a veiculação do noticiário podem e devem ser questionadas, mas defendemos que o jornalista, ao “processar” a palavra e a informação, evidencia o caráter interpretativo do discurso jornalístico.

Guedes (2009, p. 05), ao estudar a questão do jornalismo na construção diária da notícia, ressalta que: “A palavra é a máxima realização do processo de apreensão da realidade, ao se constituir no processo ideológico por excelência e o primeiro meio de consciência interpessoal”. O jornalista na sua atividade cotidiana produz e elabora notícias a partir de informações que seguem uma série de valores identificados como valores-notícia para a construção de uma realidade que acredita ser a mais próxima do real. Ijuim (2009, p.33) afirma que o engajamento do jornalista é um ato corajoso, decidido e consciente, o que o impede de ser neutro.

Presidente da Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília e correspondente da Rádio Espectador do Uruguay no Brasil desde 2009, Manuel Martínez, representa 22 jornalistas de diferentes nacionalidades que trabalham para 12 veículos distintos. Em entrevista exclusiva para esta pesquisa, Martínez disse que “tudo sobre o Brasil” interessa aos estrangeiros. Segundo ele, o jornalista correspondente tem uma enorme curiosidade sobre o Brasil; isso que o jornalista é figura essencial no processo da produção da notícia.

Martínez, porém, ressalta a necessidade de distinguir funções, como a do correspondente, aquele profissional que mora no país em que faz coberturas jornalísticas, e a do enviado especial, o jornalista que viaja e fica temporariamente em um determinado local para cobrir um assunto específico. “O correspondente conhece a

realidade do local em que está, tem acesso às pessoas, lida bem com o idioma e os costumes. O enviado especial é o profissional que vai para um determinado país com uma missão específica e nem sempre tem familiaridade com a cultura, a língua e os hábitos. Isso deve ser considerado também” (MARTÍNEZ, 2014, APÊNDICE).

As observações de Martínez se confirmam nas entrevistas de Marcia Carmo e Marina Guimarães. Contrariando o senso comum da disputa entre brasileiros e argentinos, as jornalistas Marcia Carmo e Marina Guimarães, que vivem em Buenos Aires, disseram que são bem tratadas e não sofrem tipo algum de discriminação pelas fontes argentinas. Carmo afirmou que: “O brasileiro costuma ter portas abertas aqui nas diferentes esferas do país. Mas aqui não é questão de nacionalidade, mas de que as autoridades queiram falar sobre os temas” (CARMO, 2014, APÊNDICE). Guimarães também demonstrou sentir-se confortável para fazer seu trabalho na Argentina, ao ser perguntada sobre restrições pelo fato de vir do Brasil, ela respondeu: “De nenhuma forma! Pelo contrário, a imprensa brasileira é muito respeitada na Argentina” (GUIMARÃES, 2014, APÊNDICE).

Porém, no levantamento descritivo e na análise qualitativa para esta pesquisa, observamos que ainda há situações em que estereótipos, mitos e o senso comum subsistem (observar capítulo anterior). Uma hipótese para evitar a consolidação dessas impressões superficiais sobre o Brasil seria o que recomenda Medina (1990, p.82-90) ao discorrer sobre a importância da realização de entrevistas no campo jornalístico. A autora diz que uma alternativa para evitar equívocos de interpretação é a realização da entrevista como base de qualquer notícia. Segundo ela, a entrevista é a união de “muita emoção temperada de clareza”. A autora ressalta também que o jornalista deve ter em mente que “não é ele que detém a informação (comportamento autoritário concentrado no produtor da notícia), mas que deve ir em busca daquela fonte que efetivamente tem o que dizer” (1990, p. 37). A experiência, acrescenta ela, mostra que a humildade é fundamental para a execução da tarefa de produzir notícia.

A humildade, sugerida por Medina, pode vir da experiência e da vivência profissionais a partir de situações adversas, o profissional passa a perceber que algumas ações são equivocadas. Ao entrevistar os jornalistas para esta pesquisa, observamos que os correspondentes dispõem de larga experiência profissional, diversificada e intensa. Antes de assumirem os postos, vivenciaram as realidades de seus países e cidades para,

depois partirem para o “olhar sobre o outro”. Em comum, os correspondentes indicaram que o Brasil é tema constante e de interesse amplo para os estrangeiros.

Não defendemos a isenção nem a neutralidade na produção jornalística, mas apoiamos a elaboração da notícia com base na investigação dos fatos, na busca pela aproximação da realidade e da construção do noticiário fundamentado em informações, respeitando idiossincrasias e aspectos culturais. Steinberger compara o jornalista ao cientista bem como ao pedagogo que tateiam no campo da ignorância; algo que deveria ser recordado diariamente pelos profissionais de imprensa na tentativa de escapar das armadilhas criadas pela sensação de domínio e poder sobre os fatos:

Assim como o cientista, o jornalista também procede a partir de uma espécie de “marco de ignorância”, embora não trabalhe cegamente. Como para o pedagogo e o clínico, a disposição para rever significações é essencial em sua atividade. Falar de técnicas jornalísticas não deve fazer supor que o jornalista domina recursos ou meios racionais que levem a fins necessariamente previsíveis. (STEINBERGER, 2003, p. 69)

## CAPÍTULO 8 – Em discussão: as versões sobre o Brasil

Neste capítulo discutimos os principais aspectos abordados durante o trabalho de pesquisa ao analisar a construção geomidiática do Brasil nos veículos *on-line* do *Clarín*, do *El País* e do *ABC Color*, no período de janeiro de 2009 a dezembro de 2012. A pergunta que nos guiou até aqui foi: Como é construída a imagem geomidiática do Brasil de 2009 a 2012 nesse noticiário? Verificando, inclusive, o que mudou ao longo desse período. O volume de matérias jornalísticas nos surpreendeu: foram 7.746 notícias na análise descritiva do *corpus*. Decidimos trabalhar, na etapa da análise qualitativa, com 72 notícias – 24 notícias de cada veículo – com o objetivo de aprofundar essa análise.

Ao longo desta pesquisa trabalhamos sustentados em cinco vertentes na busca por respostas às questões aqui abordadas:

1. Integração entre os países: como ocorre, quais são as áreas de interesse, o que estimula o tema e de que forma é interpretada pela imprensa *on-line* analisada;
2. Multiplicidade de fatores que levam à utilização de estereótipos, clichês, senso comum e mitos na construção geomidiática sobre o Brasil. Como esses elementos são apresentados nos veículos *on-line* e as situações específicas em que aparecem;
3. Modo de produção das notícias sobre o Brasil – uso de filtros e a forma artesanal de produzir o noticiário, a partir da interpretação baseada nas teorias do *newsmaking* e *gatekeeping*, além dos conceitos de enquadramento, geomidiática e *fait divers*;
4. Modo de produção *on-line* e suas especificidades: o jornalismo na internet vive permanentemente em transformação. Adghirni (2011, p. 41-45) analisa que o jornalismo passa por mudanças estruturais incentivados por uma série de fatores, como a pressão do tempo e as novas tecnologias, entre outros elementos, que levam, por exemplo, ao aumento do número de jornalistas que não saem da redação;
5. Papel do jornalista na construção na imprensa sobre o Brasil: através das entrevistas semiestruturadas com três correspondentes latino-americanos

buscamos compreender se as agências noticiosas substituem o jornalistas correspondentes e enviados nas suas atividades . Em decorrência da elevada utilização de agências noticiosas pelos três veículos *on-line* aqui analisados, observamos a temporalidade dos estudos de Adghirni (2011, p.45-47) mencionando que questões econômicas geram mudanças no perfil dos jornalistas, reduzindo o número de profissionais nas redações e fazendo também com que utilizem cada vez mais fontes de segunda e terceira mão;

Dividimos este capítulo em sete subcapítulos com o intuito de melhor discutir os aspectos fundamentais para responder à pergunta-chave: Como é construída a imagem geomidiática do Brasil de 2009 a 2012 no noticiário *on-line* de *ABC Color*, *Clarín* e *El País*? O que mudou nesse período?

Trabalhamos então com a seguinte divisão:

1. Verificamos no levantamento do *corpus* um volume de 7.746 notícias, assim registradas:
  - 1.1 *ABC Color*– 4. 122 notícias;
  - 1.2 *Clarín* – 2.302 notícias;
  - 1.3 *El País*– 1.322 notícias.
2. Categorias Predominantes: em cada um dos veículos houve a prevalência de notícias de uma das grandes categorias, de acordo com o levantamento do *corpus*.
3. Uso de fotografias: com base nas 72 notícias, analisadas qualitativamente, verificamos que em 38 matérias jornalísticas foram usadas fotografias, enquanto em 34 os relatos foram feitos sem imagens. Observamos, no entanto, que há diferenças na utilização de imagens em cada um dos veículos analisados.
4. Analisando qualitativamente as notícias, verificamos a ausência de jornalistas como correspondentes ou enviados pelos respectivos veículos. Com base nas 72 notícias, observou-se que apenas o *Clarín* tem correspondente fixo no Brasil, diferentemente do *El País* e do *ABC Color*.
5. Também discutimos aqui a predominância do uso de material jornalístico produzido por agências de notícias estrangeiras, bem como mostramos que em alguns casos há a

compilação própria por cada veículo *on-line*. Os três veículos *on-line* têm essa prática. O *El País on-line* ao compilar material produzido por agências noticiosas assina “*El País Digital*”, sem no entanto informar as agências utilizadas. Os demais veículos *on-line* Clarín e *ABC Color* também publicam notícias produzidas de forma coletiva na redação.

6. Neste subcapítulo discutimos se há integração entre o Brasil, a Argentina, o Paraguai e o Uruguai, segundo o noticiário dos três veículos *on-line*. Observamos as questões política, econômica e cultural, aproveitando as grandes categorias criadas para esta pesquisa na verificação do levantamento do *corpus*.

7. Discutimos aqui a utilização de mitos, estereótipos e senso comum nos três veículos no processo de construção geomidiática do Brasil.

8. Detalhamos as razões pelas quais decidimos fazer três entrevistas semiestruturadas com três jornalistas que são correspondentes na América do Sul e que conhecem as realidades dos quatro países por nós analisados – Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

9. Por fim, discutimos as mudanças verificadas no processo de construção geomidiática do Brasil nos três veículos *on-line* analisados no período de 2009 a 2012.

1. Inicialmente consideramos o volume elevado de notícias sobre o Brasil nos três veículos *on-line* analisados: o total de 7.746 matérias jornalísticas. Para nós, a abundância de notícias sobre Brasil demonstra a importância e a relevância que o país representa para os vizinhos. Jornalistas correspondentes, entrevistados para esta pesquisa, foram unânimes em afirmar que há um interesse geral sobre o Brasil.

Ex-presidente da Associação dos Correspondentes Estrangeiros em Buenos Aires e correspondente do Brasil na Argentina há 19 anos, Marcia Carmo, da *BBC Brasil* e do *Clarín* em português *on-line*, em entrevista para esta pesquisa, afirmou que é abordada por estrangeiros interessados em saber sobre os mais diversos assuntos relacionados ao Brasil.

O interesse pelo Brasil é crescente na mídia internacional. No caso dos argentinos, quase tudo relacionado ao Brasil desperta interesse – comércio bilateral, a economia brasileira em si, futebol, política – praticamente todas as medidas da presidente Dilma Rousseff –, praias, cultura. O Brasil é visto como a potência que deve ser acompanhada de perto. E entre eles, argentinos, ao contrário do que muitos pensam, a admiração deles pelo Brasil é visível nos textos. Eles acham que a

Argentina deveria seguir o exemplo do Brasil - por exemplo, na estabilidade econômica e na continuidade de medidas políticas. (CARMO, 2014, APÊNDICE)

A hipótese aqui levantada é a de que a abundância de notícias sobre o Brasil pode estar sustentada tanto no interesse diversificado sobre o país, assim como no crescimento e desenvolvimento econômico que acaba por influenciar a região como um todo, colocando os assuntos do Brasil, e tudo que é relacionado a ele, no foco das atenções. Nossa pesquisa demonstrou que em todos os meses os principais veículos *on-line* da Argentina, do Paraguai e do Uruguai noticiam algo referente ao Brasil. Por opção, excluímos as editoriais de Esportes e Cultura.

Na análise qualitativa, observamos que há frequentemente repetição de notícias. Nos três veículos *on-line* foi identificada a repetição de noticiário, por vezes no mesmo dia e semana, a respeito de um único tema. A variação foi observada no tamanho da notícia e na localização dela no *site*. Observou-se também ser usual o método da repetição. No entanto, analisando qualitativamente o noticiário, o que observamos ocorrer com frequência é o uso de *suítes* das notícias – matérias jornalísticas que dão continuidade ao tema em pauta com diferentes enquadramentos -, o que causa a impressão de repetição.

Jorge (2010, p.230) define *suíte* como o recurso utilizado no jornalismo para dar continuidade ao assunto anterior, apresentando informações e angulações novas, prolongando o tema por dias ou até meses. Strelow (2010, p. 08-09) no seu estudo sobre os processos jornalísticos, no qual analisa o jornalismo como ciência, diz que a repetição é um método bastante utilizado. Para a autora, é uma técnica que contribui para a construção da realidade e a confirmação de hipóteses, por isso sua frequente utilização entre os jornalistas.

1.1. *ABC Color on-line* reuniu 4.122 notícias, no período de 2009 a 2012. Dos três veículos analisados, foi o que registrou o maior número de notícias. Observamos que houve notícias sobre o Brasil todos os meses em todos os dias. A menor média diária foi de 1,3 matéria jornalística, em 2009, mas atingiu 8,8 notícias por dia, em 2012. Em janeiro de 2011, o veículo *on-line* paraguaio publicou o maior número de notícias em comparação aos demais meses; foram 167 matérias jornalísticas sobre o Brasil. Na

busca pela compreensão em torno do que desperta a atenção sobre o Brasil, criamos subcategorias apenas para analisar o noticiário dos meses com menor e maior volume de matérias jornalísticas. Em janeiro de 2011, prevaleceram as notícias da categoria Geral, principalmente às relativas às catástrofes naturais, segurança e polícia. O mês de janeiro de 2011 reuniu 68 notícias de Política e 13 de Economia;

1.2. *Clarín on-line* reuniu 2.302 notícias, de 2009 a 2012. Foi o segundo veículo *on-line*, dos analisados nesta pesquisa, com maior volume de notícias publicadas sobre o Brasil. Observamos que houve notícias sobre o Brasil em todos os meses, sem exceção, mas nem todos os dias. A menor média diária foi de 0,85 notícia, em 2009, e a maior foi de 2,07 matérias jornalísticas, em 2011. Em janeiro de 2011, o veículo *on-line* argentino publicou o maior número de notícias em comparação aos demais meses: 105 matérias jornalísticas. Observando as subcategorias, verificamos que nesse mês predominaram os temas de economia, particularmente os de economia externa. O noticiário do mês de janeiro de 2011, no *Clarín*, registrou 25 matérias jornalísticas em Política e 31 em Geral.

1.3. *El País on-line* reuniu 1.322 notícias, no período de 2009 a 2012. Foi o veículo com menor número de notícias sobre o Brasil dos três noticiários *on-line* analisados nesta pesquisa. Não houve notícia sobre o Brasil todos os dias, nos quatro anos observados, mas em todos os meses. A menor média diária, no veículo *on-line* uruguaio, foi de 0,85 notícia, nos anos de 2010 e 2011, e a maior foi de 1,01 matéria jornalística, em 2012. Apesar de o ano de 2012 ter reunido a maior quantidade de notícias, o número mais elevado de matérias foi registrado em setembro de 2011, quando o veículo *on-line* uruguaio publicou o maior número (de notícias) em comparação aos demais meses: 55 matérias jornalísticas. Verificamos, com base nas subcategorias, que em setembro de 2011 predominaram os temas de economia com 41 matérias jornalísticas: 31 de economia externa e 10 de economia

interna. O noticiário do mês de setembro de 2011, no *El País*, registrou 8 matérias jornalísticas em Política e 6 em Geral.

2. Observamos, a partir do levantamento do *corpus*, que o noticiário sobre o Brasil apresentou diferenças entre os veículos *on-line* analisados no que se refere, por exemplo, às categorias predominantes. Não propusemos nesta pesquisa comparações entre os noticiários dos três veículos, mas consideramos pertinente apontar que há prevalências distintas entre eles. Na metodologia, escolhemos a análise de conteúdo e criamos três grandes categorias: Política; Economia e Geral, para analisar o *corpus*. Definimos a categorização a partir do levantamento descritivo dos grupos temáticos predominantes no noticiário dos três veículos *on-line* aqui analisados. Verificamos que no *ABC Color on-line* prevaleceu o noticiário referente a Política; no *Clarín on-line*, Economia e no *El País on-line*, Geral. No caso dos meses com maior volume de notícias e também com menor número de matérias, aprofundamos a análise ao estabelecer subcategorias, incluídas nas três grandes categorias, na seguinte ordem: em Política: política interna e externa; em Economia: economia interna e economia externa; em Geral: segurança e polícia; questões indígenas; religião; catástrofes naturais; comportamento. Assim observamos que em cada veículo *on-line* predominou uma categoria distinta. Vejamos:

2.1 No *ABC Color on-line*, predominou o noticiário da categoria Política, com 2.207 matérias jornalísticas sobre o Brasil, seguido por Geral, com 1.311 notícias e, por fim, Economia, com 837 notícias. Na análise qualitativa das 24 notícias, observamos que para o veículo *on-line* paraguaio as notícias de Política interna do Brasil interessam tanto como as que têm relação com a Política externa. Intrigas, disputas de poder e decisões presidenciais são colocadas praticamente no mesmo patamar no *ABC Color*;

2.2 No *Clarín on-line* as matérias jornalísticas de Economia predominaram, com 1.147 matérias registradas, enquanto Política reuniu 750 (matérias jornalísticas) e Geral englobou 405 (notícias). Observamos que para o veículo *on-line* argentino, o noticiário de Economia interna interessa, sobretudo, no que se refere à alta da inflação, às variações no mercado financeiro/Bolsas de Valores e às disputas relativas ao fim das

barreiras tarifárias. Na análise qualitativa das 24 notícias, verificamos que as questões relativas ao comércio exterior, de modo particular os temas referentes ao protecionismo, têm destaque no noticiário do *Clarín*;

2.3 No *El País on-line*, o noticiário relativo à categoria Geral predominou, com 527 matérias jornalísticas registradas, seguido por 424 notícias de Política e 382 (matérias jornalísticas) de Economia. Observamos que para

2.4 O veículo *on-line* uruguaio interessa principalmente o noticiário Geral, com as questões relativas à segurança e polícia, além das catástrofes naturais, como as tragédias causadas pela chuva de verão no Brasil. Na análise qualitativa das 24 notícias, verificamos que os assuntos por nós incluídos em Geral denominados de *fait divers*, como as medidas de segurança adotadas pelo governo brasileiro para prevenir e tratar a contaminação da gripe suína, o Carnaval, o samba e o estilo brasileiro aparecem com destaque no *El País*.

### 3 Uso de fotografias

Pela análise qualitativa das 72 notícias, observamos que em 38 matérias jornalísticas houve a publicação de fotografias, enquanto em 34 delas não havia imagens. Andiñon (2007) menciona a importância da fotografia como documento. A autora diz que o fotógrafo configura-se como elemento do discurso e que esse profissional tem uma visão específica sobre a representação do meio social. Andiñon alerta ainda que uma fotografia inserida em “um livro ou exposta em uma galeria não pode ser desprezada nem olhada muito rapidamente” (2007, p.130). Consideramos fundamental o uso de imagens fotográficas nos relatos sobre o Brasil. Porém, verificamos comportamentos diferentes nos três veículos *on-line* aqui analisados. Vejamos:

3.1 *ABC Color* foi o noticiário *on-line*, dos três analisados, que manteve mais equilíbrio entre as notícias publicadas com imagens sobre o Brasil. Das 24 notícias analisadas, 12 publicaram fotografias e o mesmo número (12) foram veiculadas sem imagens. Algumas vezes houve uso de imagens sem referência sobre o assunto de que se tratava a fotografia. De acordo com o Manual da Folha (2006, p. 100), no

jornalismo diário a fotografia deve vir acompanhada pelo denominado texto-legenda, o que descreve a foto, sem ser óbvio, de forma objetiva com o verbo no presente; no caso do veículo paraguaio essa orientação não é seguida. Isso sugere que o leitor terá de adivinhar de que ou mesmo de quem se trata a fotografia, como na notícia cujo título é “Corrupção no Brasil, mal endêmico que pode se agravar com o *boom* econômico”. Nela, há um homem de meia-idade, de barba, bigode e usando terno e gravata que é o ex-ministro das Cidades Mario Negromonte, político brasileiro não necessariamente conhecido da maioria dos leitores do *ABC Color*. A qualidade da imagem fotográfica parece não ser preocupação para o veículo *on-line*, como na notícia “Uso político da embaixada brasileira é criticado” – nela, há uma foto do ex-presidente de Honduras Manuel Zelaya sem qualidade técnica. Há situações em que mais de uma imagem fotográfica é publicada em uma mesma matéria jornalística também.

3.2 *Clarín* foi o noticiário *on-line* dos aqui analisados que menos utilizou fotografias nas suas publicações sobre o Brasil. Do total de 24 matérias jornalísticas qualitativamente analisadas, apenas oito apareceram com fotografias. Nas notícias com fotografias, as imagens utilizadas variam de tamanho. Na matéria “Brasil mobilizou 10 mil efetivos às fronteiras do MERCOSUL” foi colocada uma fotografia com um comboio militar do Exército. Na notícia “Argentina, Brasil e México dizem que não correm riscos” a imagem postada é de uma embarcação fazendo o resgate de vítimas. Na matéria “Ascensão social: 60% dos brasileiros já é da classe média” há um casal de jovens em um shopping, segundo a notícia, em Brasília, a capital federal. As demais 16 notícias foram publicadas sem imagens. Nas notícias com fotografias, há uma sobrecarga de imagens na página, o que nem sempre favorece o foco principal, que é a matéria jornalística. O veículo *on-line* também mistura imagens relativas a outras notícias e a anúncios publicitários na mesma página em que está a matéria principal, o que por vezes causa confusão. Interpretamos, em razão da pequena utilização de fotografias, que a imagem não está entre as prioridades desse veículo *on-line*.

3.3 *El País*, dentre os três veículos *on-line* analisados, foi o que apresentou maior uso de imagens fotográficas. Das 24 notícias analisadas qualitativamente, 14 continham fotos, dez não. Verificamos também que o uso de fotos de arquivo, no caso *on-line* uruguaio, parece mais evidente. Em duas notícias essa hipótese nos pareceu clara: “Por que sobe o real e como isso repercute no Uruguai”, na qual há imagens de - notas de R\$ 50,00 – algo atemporal, e na matéria jornalística “Mais travas para o setor leiteiro”, em que há uma fotografia de pacotes de leite – o que é atemporal. Também nesse veículo há notícias em que várias fotografias são colocadas mais de uma vez. Um exemplo é o da notícia “Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta [Del Leste]”; nela, há três imagens: uma em que um navio está em alto-mar; turistas tomando banho de sol; um casal segurando a Bandeira do Brasil. Nas matérias jornalísticas sobre o Carnaval há a utilização de imagens em abundância – tanto da festa nas ruas, como também no Sambódromo. Em uma notícia sobre Carnaval, a referência é sobre o Sambódromo, mas a imagem que aparece é de carnaval de Rio, no centro da cidade.

4. Ausência de jornalistas como correspondentes ou enviados pelos respectivos veículos: verificamos, com base nas 72 notícias analisadas qualitativamente, que apenas o *Clarín* mantém correspondente fixo no Brasil, a jornalista Eleonora Gósmán, que mora em São Paulo de onde faz a cobertura sobre o Brasil. No caso do *ABC Color*, as três matérias jornalísticas cuja assinatura é destacada são da mesma jornalista: Antonella Brignardello. As matérias produzidas por ela indicam a cidade do Rio de Janeiro como referência, apesar de ela não ser apresentada pelo veículo *on-line* paraguaio como enviada especial nem correspondente, pois não há menção a essas funções. No caso do *El País*, apenas duas matérias jornalísticas são assinadas por repórteres enviados ao Brasil.

Interpretamos que uma das hipóteses para a ausência de jornalistas – enviados ou correspondentes – no Brasil tenha relação direta com a economia de despesas. Ao relacionar os custos da produção jornalística, Golding e Elliot (1974) citam os elevados gastos com a manutenção dos correspondentes e a crescente substituição desses profissionais pelas agências de notícias.

O custo dos correspondentes no estrangeiro é infinitamente mais elevado do que a assinatura numa agência [...]; para os órgãos de informação menos poderosos, as despesas com os correspondentes estrangeiros ultrapassam as suas possibilidades económicas. Os serviços regionais das agências [...] são a única fonte possível de notícias vindas do estrangeiro. (GOLDING e ELLIOTT, 1979, 104)

Kunczik (2002, p.205-206) aborda a situação do que ele chama de “jornalista de *jetset*”, aquele que por razões económicas os veículos de comunicação acabam por substituir os correspondentes: profissionais que não têm tempo o suficiente para realizar um trabalho profundo de reportagem e que são enviados, em geral, porque “ganham” a viagem ou têm algum tipo de subsídio. O autor alerta que esse tipo de profissional, em geral, não domina o idioma do país nem tem conhecimento da realidade local, fazendo uma cobertura superficial e distante do que realmente interessa. Mas é importante indicar a existência dele, bem como sua presença. Não temos condições de informar se há algum profissional nessa situação em um dos veículos *on-line* analisados, mas registramos aqui a existência dele no mercado jornalístico.

Em entrevista para esta pesquisa, o jornalista Manuel Martínez (ver perfil mais adiante, ainda neste capítulo) cita a questão de custos e despesas para os veículos impressos, *on-line*, emissoras de televisão e de rádio. Segundo ele, nas conversas com os jornalistas estrangeiros, há uma queixa constante sobre o custo de vida no Brasil, considerado alto pelos empresários de comunicação, o que implica “repensar” a manutenção de jornalistas no país. Para Martínez, justifica-se a tendência de não enviar correspondentes nem jornalistas temporários devido aos elevados custos de manter um correspondente permanente no Brasil e também pelos preços também altos de uma viagem ao Brasil. Ele diz que a “compra” pelos serviços das agências de notícias está cada vez mais frequente e ocorre até mesmo quando o veículo se dispõe a manter um jornalista correspondente no Brasil.

Os custos estão elevadíssimos e o padrão de vida no Brasil é um dos mais caros do mundo. Todos os correspondentes reclamam dos aluguéis e do custo de vida em si: alimentação, colégios e serviços, principalmente porque a maior parte deles tem de ficar em São Paulo, Rio ou Brasília, cidades caras. Há uma clara tendência em substituir os correspondentes pelos jornalistas já contratados pelas agências de notícias, que vendem seu produto. Um exemplo é a Gazeta Russa, que

15 DE ABRIL DE 2014

## Denuncias sobre corrupción preocupan a Dilma y Lula

BRASILIA (ANSA). La presidenta brasileña, Dilma Rousseff, y su antecesor, Luiz Lula da Silva, analizaron denuncias de corrupción que afectan a un gobernador del Partido de los Trabajadores y a un importante dirigente de la oposición, informó la prensa.

Rousseff y Lula abordaron una serie de denuncias sobre corrupción conocidas recientemente, entre las cuales está la que vincula al gobernador de Brasilia, Agnelo Queiroz, con Carlos Ramos, uno de los mayores capitalistas de juego del país.

La trama de sobornos y contratos con organismos oficiales tejida por Cachoeira se convirtió en "un estado dentro del estado", según el titular de la Cámara de Diputados, Marco Maia.

Durante el encuentro, Rousseff y Lula evaluaron la creación de una Comisión Parlamentaria de Investigaciones sobre la red de corrupción montada por Cachoeira, cuyo principal cómplice es, al parecer, el senador Demóstenes Torres, del Partido Demócratas.

Grabaciones de la Policía Federal registradas en el marco del Operativo Monte Carlo revelan que Torres hacía negociaciones en el Congreso y ante organismos oficiales a favor de las empresas del detenido Carlinhos Cachoeira. Según el diario Estado de São Paulo, Lula impulsa la creación de una comisión investigadora, pues entiende que esta afectará la imagen de la oposición, dadas las relaciones de Torres con el financiero preso.

En cambio, Rousseff teme que esa comisión traiga al ruedo relaciones que miembros del PT mantuvieron con el capitalista de las apuestas Cachoeira, y esto podría perjudicar al gobierno en año de elecciones municipales, señaló el canal Globo News.



¿Quieres recibir las noticias nacionales e internacionales más importantes?  
Envía ABC al 22292 desde tu Tigo, Personal o Vox.

### HERRAMIENTAS

Curtir

+1

Facebook

Twitter

Enviar por mail

Tamaño de texto

Imprimir nota

Reportar error

compra o material de todas as agências, mas tem um correspondente aqui em Brasília (MARTÍNEZ, 2014).

Não podemos afirmar que seja essa a razão pela qual dois dos três veículos *on-line* analisados nesta pesquisa escolheram não ter jornalistas permanentes no Brasil, assim como foi verificado por nós o quanto são raras as situações em que repórteres vêm ao país para apurar e produzir matérias jornalísticas. É interessante, no entanto, observar, segundo relatos de uma das correspondentes entrevistadas para esta pesquisa, que há uma tendência de movimento inverso na relação do Brasil com a Argentina. A correspondente da

Agência Estado na Argentina, Marina Guimarães, que vive há 18 anos no país, afirmou, em entrevista para esta pesquisa, que a cada ano aumenta o número de jornalistas brasileiros no país representando os mais distintos veículos em Buenos Aires, capital da Argentina.

O número de correspondentes brasileiros aqui, sejam *freelancers*, sejam contratados, aumenta ano após ano. Quando me instalei no país, somente a TVE estava presente. Hoje, estão a TV Globo, o SBT, a TV Pública e Rede TV. Somente uma emissora de TV, a Bandeirantes, desistiu da Argentina. Os jornais também estão presentes com correspondentes fixos, assim como várias emissoras de rádios, sites, blogs...(GUIMARÃES, 2014, APÊNDICE 03)

Os dados desta pesquisa indicam que:

4.1 *ABC Color on-line*. Das 24 matérias analisadas, em apenas três havia assinatura de repórter, e apontava-se o Rio de Janeiro. Não podemos afirmar se há coincidência no fato de serem de autoria da mesma jornalista, Antonella Brignardello, mas ela não é descrita como

enviada nem correspondente, pois não há menção a essas funções. As três matérias assinadas por Antonella Brignardello são: 4.1.1 “Toque de recolher é implantado para proteger dos traficantes a população”; 4.1.2. “Criação de 127 milhões de empregos no Brasil”; 4.1.3. “Muitas crianças morreram com a chuva no Brasil”.

4.2. *Clarín on-line*. Das 24 matérias analisadas qualitativamente neste veículo, sete são assinadas pela correspondente Eleonora Gósmán, que vive há mais de duas décadas no Brasil e atualmente mora em São Paulo. É a única correspondente dos três veículos *on-line* por nós analisados para esta pesquisa. As notícias escritas pela correspondente são todas de Economia. Eleonora Gósmán agrega informações em *off* (cuja fonte é mantida em sigilo), de empresários, populares, além de fontes oficiais. O papel da correspondente na produção da notícia se mostra relevante, pois indica que o material elaborado por ela é mais profundo e contém elementos distintos do oriundo das agências de notícias. Porém, a correspondente demonstra confiar e utilizar material produzido pelos jornais brasileiros *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. Em três matérias jornalísticas há assinaturas de jornalistas cuja origem não é descrita, mas interpretamos que tenham produzido o material da Argentina. São eles: 4.2.1. “Jovens argentinos elegem o Brasil por causa da liberdade” – nela, o enviado especial a Florianópolis (Santa Catarina), Javier Drovetto, que agregou uma série de elementos interessantes à matéria: entrevista com turistas argentinos, comerciantes e ambulantes brasileiros; 4.2.2. “Frigoríficos brasileiros ‘dançam tango’”, da jornalista Silvia Naishat, mas não informa se o material foi produzido na Argentina ou no Brasil. O texto relata as dificuldades vividas pelo frigorífico JBS, o terceiro no mercado de aves no Brasil, com avaliações de especialistas argentinos; 4.3.3. “Exportações industriais: Brasil começa a desgrudar da Argentina”, de Alcardo Oña, cuja origem não informa se é do Brasil ou da Argentina. No texto com forte conteúdo opinativo e analítico, o jornalista inclui informações em *off* e em *on* (quando a fonte é exposta) da Secretaria de Comércio

Exterior do Brasil, do ministro da Indústria da Argentina (Guillermo Mota) e do vice-ministro da Economia da Argentina (Axel Kicillof).

4.3 *El País on-line*. Das 24 matérias analisadas qualitativamente, apenas uma foi produzida por dois jornalistas enviados ao Brasil. A matéria jornalística é: 4.3.1. “Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta”, dos repórteres Vivian Ruggero e Freddy Fernández, que relatam com depoimentos e histórias a presença de mais de 224 mil brasileiros nas praias uruguaias. O papel dos jornalistas na produção dessa notícia ampliou o tema, abordando aspectos peculiares dos turistas brasileiros, como a cultura da conversa e da paquera, assim como observações dos uruguaios sobre os brasileiros, demonstrando a importância de “um olhar” próprio sobre os temas. Dez matérias jornalísticas surgiram do trabalho da redação que assina *El País Digital*, o que a prática jornalística mostra que é resultado da compilação de dados oriundos de várias origens: agências noticiosas, emissoras de televisão e rádio locais e internacionais. As demais notícias são oriundas de agências noticiosas internacionais.

5. Observamos, valendo-nos da análise qualitativa das 72 notícias, que há uma predominância do material produzido pelas agências de notícias, em geral estrangeiras, nos três veículos *on-line* analisados. Nem sempre os veículos informam quais são as agências de notícias geradoras do material publicado. No Brasil, a prática jornalística demonstra que se não há informação sobre a agência utilizada é porque houve a compilação do material oriundo de várias agências. Verificamos que é cada vez mais evidente a avaliação feita por Crato (1992, p.95-96). Para ele, nos dias atuais, os veículos de imprensa não podem prescindir dos serviços das agências. Ainda de acordo com Crato, é tal sua importância que a grande maioria das informações de qualquer empresa jornalística não provém dos seus jornalistas ou fontes próprias, mas sim das fontes noticiosas. Há agências internacionais que cobrem um conjunto de países e as nacionais que asseguram o noticiário de seu país.

As agências noticiosas têm como objetivo e missão procurar, coligir e redigir as informações que centralizam para oferecer e transmitir – o mais rapidamente o possível, mediante pagamento – às outras empresas assinantes que em seguida as utilizam, da forma que entendem, na elaboração de seus noticiários. As agências montam

uma rede de recolha e difusão que nenhum jornal, por si, tem possibilidade de montar. Os custos dessa rede informativa são amortizados pelas centenas e milhares de assinantes, que assim têm acesso a uma informação variada, pagando apenas parcela dos custos. (CRATO, 1992, p.95).

Em termos jornalísticos os serviços prestados pelas agências costumam ser definidos pela objetividade e rigor, atualidade e rapidez nas informações. A rapidez é exigida porque os veículos precisam utilizar esses serviços geralmente pela urgência do tempo real, do noticiário de hora em hora, e da necessidade imposta pelos numerosos programas de televisão e rádio, por exemplo (CRATO, 1992, p. 96-97). Observamos, a partir dessa análise qualitativa de 72 notícias nos três veículos *on-line*, que 37 são oriundas de agências internacionais –*Agence France-Presse* (AFP), francesa;*Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana –, sendo que há situações em que a redação compila o material produzido (pelas agências) e assina como “redação” ou, no caso do *El País*, “*El País Digital*”. Esse dado nos levou à interpretação de que se trata também de aproveitamento de material oriundo de agências noticiosas.

Para nós, é a confirmação da análise de Wolf (2003, p.243-244), ao afirmar que as agências de notícias no “ciclo produtivo da informação quotidiana” constituem “indubitavelmente a fonte mais notável” de materiais noticiáveis. O autor disse ser impossível ignorar ou minimizar o valor da sua função e compara a importância das agências às fontes.

A informação quotidiana – especialmente, a radio-televisiva é cada vez mais, e necessariamente, uma informação de agência, cujo núcleo de apoio é constituído precisamente por essas fontes ‘anônimas’ que aparecem nos noticiários e nos jornais como origem efetiva de tudo o que é comunicado (WOLF, 2003, p.244).

Wolf (2003, p.244-245) menciona ainda as facilidades proporcionadas pelas agências de notícias às redações dos mais diversos veículos: o material chega pronto para “consumo”, com gasto reduzido e de forma rápida. Porém, o autor alerta sobre o que considerada ser um problema das agências: a falta de contato pessoal entre o jornalista e o objeto de cobertura jornalística. Para ele, a origem do avanço das agências está basicamente no que classifica como “lógica econômica”.

Em meio ao crescimento do uso de material produzido pelas agências de notícia, Golding e Elliot (1979, p.105) advertem para o risco de pasteurização que ocorre com o noticiário produzido por elas, uma vez que trabalham para o fornecimento de material para os mais distintos lugares, impedindo-as de produzir algo específico e diferenciado: “Em nenhum outro lugar a tirania do fornecimento é tão clara”. No entanto, os autores reconhecem que há um lado positivo na produção das agências de notícias, pois é a partir do material produzido pelas agências que as redações se organizam para suas próprias coberturas.

5.1 *ABC Color on-line*– Das 24 notícias analisadas, 20 são oriundas de agências noticiosas internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), francesa; *Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana. Uma notícia foi produzida originalmente pela redação do veículo *on-line* e três por repórteres do próprio veículo paraguaio. Observamos, nos textos publicados, uma tendência a se noticiar o Brasil de forma superficial, sem considerar informações que podem fazer o diferencial na cobertura; diferencial esse que normalmente ocorre quando há um correspondente ou enviado especial. As matérias produzidas pelas agências noticiosas são, em geral, baseadas em discursos ou relatos de terceiros. Verificamos ser usual, por parte das agências, mencionar publicações da grande mídia brasileira de fatos que reproduzem.

5.2. *Clarín on-line*. Como já afirmamos anteriormente, é o único dos três veículos *on-line* a manter uma correspondente fixa no Brasil. Também foi o único que apresentou um relativo equilíbrio entre o uso de material produzido por agências e o elaborado por jornalistas da própria empresa argentina. Verificamos que, das 24 notícias analisadas qualitativamente, quatro foram produzidas por agências noticiosas internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), francesa; *Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana. Também três notícias foram produzidas por jornalistas enviados ao Brasil. Nove notícias foram elaboradas pela redação e oito pela correspondente que vive em São Paulo. Dos três veículos analisados, é o que apresenta um noticiário mais crítico e analítico, em algumas ocasiões até editorializado.

Acreditamos que isso ocorre devido à participação direta, seja na elaboração via redação, por repórteres ou pela correspondente, do noticiário publicado.

5.3. *El País on-line*. Depois do *ABC Color*, é o veículo *on-line* que mais utiliza o material produzido pelas agências internacionais de notícia. Das 24 notícias analisadas qualitativamente, 13 foram produzidas pelas agências internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), francesa; *Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana. Dez foram elaboradas pela redação, a prática jornalística tem demonstrado que isso ocorre quando os editores, subeditores e redatores utilizam material produzido pelas agências internacionais e nacionais. As matérias produzidas pela redação de forma conjunta nesse veículo são assinadas como “Do *El País Digital*”. Apenas uma matéria jornalística foi produzida por jornalistas do próprio veículo.

6. Integração entre o Brasil, a Argentina, o Paraguai e o Uruguai, segundo o noticiário *on-line* analisado nesta pesquisa: observamos, como análise qualitativa das 72 notícias do *ABC Color*, do *Clarín* e do *El País*, que o sonho de uma América Latina única, como sonhou Simón Bolívar, no século XIX, não se apresenta nas notícias por nós analisadas. Quintão (2010, p.46) recorda que a proposta de uma só América, unida e coesa foi difundida por Simón Bolívar (1783-1830), que comandou as lutas pela independência da Colômbia, do Peru, da Bolívia, do Equador e da Venezuela e baseava-se, sobretudo, na defesa contra a intromissão e invasão dos europeus na região. Mas essa utopia de Bolívar não aparece no noticiário *on-line*. O que se observa é que a busca pela integração está associada, sobretudo, à disputa por espaços comerciais e econômicos, como evidenciam as notícias de Economia relativas às preocupações com a adoção de barreiras econômicas, medidas de reajuste de preços de tarifas energéticas e alta da inflação. Na Política, observamos que prevalece um interesse em relatar, principalmente, intrigas e desavenças, e não a busca pela integração. Na categoria Geral, nota-se a predominância dos assuntos de segurança, polícia e catástrofe. A nossa hipótese é que a escolha por esses temas é uma tentativa de alertar a população – dos respectivos países representados pelos veículos *on-line* – sobre os riscos e ameaças existentes no Brasil. Vejamos:

6.1. Integração Econômica e Política –Verificamos, a partir da análise qualitativa do noticiário *on-line* do *ABC Color* e do *Clarín*, que em ambos prevalece a preferência por temas de ordem Política, no caso do veículo paraguaio, e de Economia, no que se refere ao argentino. No entanto, observamos que nos dois veículos a preocupação se concentra em relatar notícias que podem de alguma maneira influenciar o cenário político e econômico nos respectivos países. Não verificamos, em momento algum, o esforço de um ou de outro veículo *on-line*, nos seus noticiários, em buscar a integração seja entre Brasil e Paraguai ou Brasil e Argentina. O que aparece é a integração, no sentido da América única, nos discursos dos políticos cujos relatos são apresentados parcialmente pela imprensa. O máximo de percepção à integração observada está na menção às questões relativas ao MERCOSUL, bloco que reúne Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e mais recentemente a Venezuela. Também observamos que, para ambos os veículos, a discussão sobre a constituição da Comissão da Verdade, destinada no Brasil a investigar os crimes da ditadura, desperta interesse. Soares e D’Araújo (1994, p.01) alertam que o legado dos 20 anos do período militar ainda está presente na região (latino-americana) e, portanto, é alvo de interesse. Porém, o que verificamos é a existência, mesmo que sutil, de certa animosidade, presente no tom de competição e provocação nas matérias jornalísticas nos veículos *on-line*.

6.2. Integração Cultural.Verificamos que os três veículos *on-line* analisados – *ABC Color* ,*Clarín* e *El País* – apreciam noticiar matérias jornalísticas com um conteúdo cultural sobre o Brasil, mesmo nas editoriais que se destinam ao *hardnews* – notícias escritas de forma mais objetiva e informativa, visando a imparcialidade do texto por extinguir dele qualquer subjetividade. Têm-se como exemplos política, saúde, educação, segurança, infraestrutura pública, economia, cujo conteúdo trata de temas relevantes para o interesse público (TUCHMAN, 1978, p.198-99).Dos três noticiários *on-line*, o *El País* foi o que apresentou maior quantidade de notícias em Geral, categoria na qual estão presentes várias matérias jornalísticas em que podem ser inseridos temas ligados à

cultura. Verificamos notícias sobre o Carnaval no Brasil, o estilo do brasileiro de receber os turistas uruguaios e os brasileiros que “invadem” Puntadel Leste. Porém, em momento algum observamos uma intenção, mesmo que subliminar, de integração cultural. Há, sim, o relato dos distintos comportamentos que se aceitam mutuamente, mas nem por isso se integram. Categorizamos essas matérias em *fait divers* – que permite um texto mais leve e a inclusão de temas não inseridos em Política e Economia, por exemplo.

7.Utilização de mitos, estereótipos, clichês e senso comum no noticiário *on-line* analisado qualitativamente nos três veículos: verificamos que,de maneira direta ou indireta, em várias das 72 notícias analisadas ainda estão presentes. Os mitos sobre o Brasil surgem de forma pulverizada, assim como os estereótipos, clichês e senso comum. Todos são utilizados para descrever um ou outro detalhe sobre o Brasil, seja no *ABC Color*, no *Clarín* ou no *El País*. Nas notícias analisadas, observamos uma tendência em reforçar ideias estabelecidas sobre o Brasil a partir da seleção até a publicação das notícias. A política é retratada como uma rede de intrigas e tradições em que os nomes consagrados fazem sucessores, a economia é associada a questões que podem influenciar na região sul-americana e as demais notícias relatam episódios de violência, de festas intermináveis, como Carnaval, ou situações pitorescas.

Para Chauí (2000, p. 08), há uma responsabilidade do próprio Brasil com a imagem externa criada sobre ele e o povo brasileiro. A autora diz que há crença estabelecida no Brasil baseada em cinco princípios: 1.o Brasil é um “dom de Deus e da Natureza”; 2. tem um povo pacífico, ordeiro, generoso, alegre e sensual, mesmo quando sofredor; 3. os brasileiros desconhecem a discriminação de raça e credo; 4. é um país acolhedor, que repudia a vagabundagem, que é “a mãe da delinquência” e, por fim, 5. É um país de “contrastes” regionais devido à pluralidade econômica e social.

A partir desses princípios “vendidos” pelas autoridades e com o apoio da sociedade brasileira, interpretamos que nada mais natural que o mito construído internamente seja de alguma forma alvo das atenções externas. No caso do noticiário *on-line* aqui analisado há referências constantes a esses “princípios” elencados por Chauí.

Porém, DaMatta (1997, p.183) alerta que a imagem externa do rito do brasileiro como alguém “doce, meigo e gostoso” é um esforço para substituir e assumir a

consciência do universo global sobre o que realmente ele é. Para o autor há, nessa postura do brasileiro, a busca pela fuga de conflitos e pela subserviência histórica. Não aprofundamos aqui essa abordagem, mas discutimos o fato de que essa imagem externa do “jeitinho brasileiro” ainda está presente nos relatos sobre o Brasil e seu povo.

O uso de mitos e até estereótipos para descrever o outro é compreendido por Burke (2000, p.231) como um recurso para conhecer o que a massa pensa, sente e deseja. Para Burke, é no mito que se esconde o âmago de um povo: “A produção dos mitos está mais do que nunca na ordem social”. Cardoso (1989, p.347) alerta que é fundamental observar o “outro como outro”, como o faz a antropologia. Na pesquisa qualitativa feita por nós, verificamos que no caso o Brasil e o brasileiro são observados mais de maneira crítica do que respeitosa, pois não há um esforço para compreender o aspecto cultural e social, mas sim de relatar a “estranheza” relativa ao fato.

Manuel Martínez, da Rádio Espectador do Uruguay, em entrevista para esta pesquisa, admitiu que existe uma tendência dos chefes estrangeiros em cobrar matérias jornalísticas sobre o Brasil sustentadas nos estereótipos e clichês. Presidente da Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília, que reúne 22 jornalistas de 12 veículos estrangeiros, Martínez disse que esse tipo de cobrança ocorre não só com ele, mas com os demais jornalistas também.

É pedida uma matéria especial sobre Carnaval no Brasil. Aí, você, como correspondente, propõe fazer algo diferente: mostrar que no Brasil há vários tipos de Carnaval – o de Recife e Olinda, o de Salvador, das cidades históricas de Minas Gerais, o de Manaus e assim vai...Só que os editores estrangeiros querem apenas o “Carnaval do Rio” com as chamadas famosas escolas de samba, as mulheres seminuas e tudo mais. Fica difícil lutar contra isso. Aí, por falta de estrutura, de dinheiro, o jornalista acaba optando pelo “feijão com arroz” e fazendo o que pedem, reforçando o estereótipo e o clichê que existem sobre o Brasil, infelizmente. (MARTÍNEZ, 2014)

Vejamos como ocorre em cada veículo *on-line* analisado:

7.1. *ABC Color* – Observamos que no noticiário *on-line* paraguaio, nas 24 notícias analisadas qualitativamente, em cinco matérias jornalísticas houve o uso de estereótipos e do senso comum; depois do *El País*, é o que mais utiliza esses recursos entre os aqui pesquisados. Nesse veículo, o texto é, de modo geral, o mais formal, mas nos títulos são

também utilizados o lugar comum, o estereótipo e até o mito, enfim, certas imagens sobre o Brasil que de certo modo já estão consolidadas. As notícias por nós identificadas com essas características são:

7.1.1. “Encontro histórico de mulheres na Presidência” – nela, há o relato do encontro das presidentes Dilma Rousseff (Brasil) e Cristina Kirchner (Argentina). Apesar de o texto ser o mais oficial possível, o título usa o estereótipo de “mulheres líderes” para chamar a atenção do leitor;

7.1.2. “Presidenciáveis buscam votos no Carnaval” – nela, mais uma vez o texto é formal, mas interpretamos que, a partir do título, o leitor é levado a compreender que tudo no Brasil é festa, inclusive, com candidatos à Presidência da República, no caso Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB), ambos em busca de votos na maior festa do país, o Carnaval;

7.1.3. “Brasil quer ser líder e não Império” – A notícia se refere basicamente ao discurso do presidente que afirma que o Brasil quer mudar a imagem adversária, como se fosse um grande império. Interpretamos que subliminarmente há uma insistência em querer fazer crer a intenção do Brasil em ser líder, embora a imagem de império da região ainda seja, de certa forma, um mito relativo ao Brasil, o gigante;

7.1.4. “Toque de recolher é implantado para proteger dos traficantes a população” – a matéria é escrita como se o jornalista estivesse no Rio de Janeiro, pois o nome da cidade aparece no alto da página, mas relata a tensão vivida pela etnia Bororó no Mato Grosso. Compreendemos aí também um paradoxo: o relato não é feito por meio de observações *in loco*. Implicitamente, interpretamos ainda que há o uso do estereótipo acerca da existência de índios em todos os lugares do Brasil, portanto, mesmo a notícia ocorrendo em outro estado, é possível descrevê-la do Rio de Janeiro. O relato é agravado pela imposição do toque de recolher em uma área indígena, indicando que a violência é generalizada no Brasil;

7.1.5. “Sarney comanda uma máfia” – nela, como ocorre nas matérias jornalísticas anteriores, o texto é formal, embora tendencioso, pois não apresenta a versão do principal acusado. Mas a insinuação do “político corrupto” está presente. Interpretamos que há a intenção de manter o estereótipo da corrupção associada à política, mesmo sem a apresentação de provas, envolvendo um dos principais políticos

brasileiros – José Sarney – ex-presidente da República, ex-ministro, ex-presidente do Senado e pai de dois político.

7.2. *Clarín* – Observamos que, nesse veículo, a busca pelo uso de clichês, estereótipos, mitos e senso comum aparece de forma menos evidente no noticiário *on-line*. Das 24 notícias qualitativamente analisadas, a busca por esses recursos surgem de modo mais evidente em duas situações: 7.2.1 “Cristina e Lula: Escândalo por paternidade de Lugo não deve afetar MERCOSUL” – nela, interpretamos que os presidentes do Brasil e da Argentina são expostos como os latinos compreensivos e fraternais que compreendem os equívocos de terceiros e que não deixam que isso interfira nas questões de ordem política e econômica; 7.2.3. “Empresários brasileiros são muito mais otimistas que argentinos” – nela, interpretamos que o estereótipo do brasileiro alegre, portanto, otimista, mais uma vez é reproduzido para descrever as expectativas do empresário do Brasil. No noticiário argentino, percebemos mais o uso de opiniões inseridas nos textos informativos do que a busca pelos recursos de mito, clichês, estereótipos e senso comum para relatar os fatos relativos ao Brasil. Também utilizam em abundância fontes em *off* (preservando o anonimato da fonte) para apresentar análises que consideram importantes.

7.3. *El País* – Observamos que dos três veículos *on-line* analisados, é o que reúne maior número de notícias na categoria Geral, na qual o uso de clichês, estereótipos, mitos e senso comum aparece de modo mais evidente. Do total de 24 notícias analisadas qualitativamente, observamos que em dez há algum uso de estereótipo, clichê, mito ou senso comum para noticiar o Brasil. São elas: 7.3.1. “Uruguai ou Paraguai? No Brasil é o mesmo” – nela, há o relato sobre o erro em um mapa geográfico distribuído em escolas de São Paulo, com equívocos na localização de países na América do Sul. Interpretamos que subliminarmente houve a intenção de colocar o Brasil como aquele que não trata respeitosamente os vizinhos no que se refere às suas diferenças e distinções, um estereótipo do “gigante”, devido ao tamanho físico do Brasil em relação aos demais, um país que não se atenta aos detalhes dos

outros; 7.3.2. “Obama diz que Lula tem mais popularidade mundial” – nela, os elogios do presidente norte-americano Barack Obama são traduzidos para o presidente Luiz Inácio Lula da Silva por um intérprete, relatando que o brasileiro não domina o inglês. O texto descreve Lula como um dependente da ajuda externa e que mal compreende o que o estrangeiro diz. Interpretamos que houve a intenção de estabelecer aí o clichê: o presidente-operário que só fala português não compreende elogios do colega estrangeiro; 7.3.3. “Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta” – nela, mostram o “jeitinho brasileiro”: simpático, festeiro e que gosta de barganhar. O texto foi produzido por repórteres enviados à cidade, então apresenta observações próprias, como entrevistas com turistas, comerciantes e moradores, enriquecendo a reportagem; 7.3.4. “Dilma Rousseff, primeira mulher a governar o Brasil” – nela, a presidente brasileira é descrita pela personalidade forte e por sua biografia de ex-guerrilheira; interpretamos que há uma tendência em manter o mito de heroína que conquista o poder de forma democrática e legítima. Não questionamos se é correto, apenas a forma como se constrói o texto; 7.3.5. “Rio já palpita seu desfile de Carnaval” – nela, o texto é construído de tal maneira que mantém o clichê de um “carnaval especial” no Rio de Janeiro, embora não apresente elementos para tanto a não ser que cerca de 100 mil pessoas participarão e serão gastos US\$ 4,5 milhões; 7.3.6. “Rousseff de guerrilheira a presidente” – nela, mais uma vez a busca pela biografia da presidente brasileira para descrevê-la, indiretamente, como heroína. O texto é repleto de clichês: militante; guerrilheira; mulher que fará história no Brasil; 7.3.7. “Mil pessoas deliram com as escolas de samba” – nela, a festa brasileira é descrita com o uso de várias expressões de senso comum: magia do Carnaval; o ritmo do samba que invade as ruas; sensualidade; o Sambódromo como lugar ‘mítico’. Interpretamos que assim há uma intenção de manter o estereótipo do Brasil como o país do Carnaval, da sensualidade e da magia; 7.3.8. “Aumenta para 12 o número de mortos, depois de tiroteio em escola no Rio” – nela, é relatada a tragédia na escola pública em Realengo, subúrbio, em que um jovem com problemas psiquiátricos atacou alunos e professores. O texto é construído

com base em vários clichês e senso comum: o Rio como a cidade dos tiroteios, da guerra entre traficantes e dos bairros pobres. Não se considera o episódio como algo que poderia ocorrer em qualquer lugar do Brasil e do mundo, já que o responsável tinha diagnóstico de doença mental; 7.3.9. “Uruguai e Brasil parecidos, mas não muito” – nela, o texto informativo reúne observações de ordem basicamente econômica, e as semelhanças desaparecem ao aprofundar a análise. Tal afirmação é interpretada por nós como superficial, mais uma vez em busca de consolidar o mito do Brasil como o gigante distante; 7.3.10. “Descontrole na Bahia por greve de policiais, 82 pessoas mortas” – mais uma vez, o Brasil é apontado como o país cujo Estado não consegue manter a ordem, local onde a insegurança reina. O estereótipo de violência e insegurança reaparecem nessa matéria jornalística.

Ao analisar esses elementos na construção geomidiática sobre o Brasil nos três veículos *on-line* não tivemos a pretensão de buscar respostas sobre o que estimula o uso dos mitos, estereótipos, senso comum e clichês, mas, sim, a presença desses recursos no material jornalístico levantado aqui. Verificamos que a discussão sobre o tema é presente e necessária para que o assunto não caia no esquecimento nem passe a ser percebido como prática positiva do jornalismo. O debate sobre a manutenção de certos comportamentos, ao nosso ver, é fundamental para reavaliar as circunstâncias e até mesmo a ausência de respeito às idiosincrasias à multiplicidade existente em cada sociedade, no caso a brasileira.

8. Optamos por entrevistar três jornalistas experientes, que conhecem América Latina. Havia necessidade de buscar respostas às questões que surgiram do levantamento feito com base no *corpus*: quais são as áreas de interesse sobre o Brasil; como são coletados os dados e as informações sobre o Brasil pelos países vizinhos; se há uma tendência em querer repetir estereótipos e o senso comum; como costuma ser a rotina de um correspondente; se há uma propensão ao uso cada vez maior do material produzido por agências e não por jornalistas correspondentes ou enviados por seus respectivos jornais; qual é o momento no mercado de trabalho do jornalismo latino-americano. Para alguns, o número de entrevistados pode ser considerado pequeno, mas é que nossa intenção foi a de agregar informações à pesquisa cujo objeto principal é o noticiário *on-line*, no período de 2009 a 2012, do *ABC Color*, do *Clarín* e do *El País*.

Não tivemos a intenção de fazer um estudo comparativo nem de aprofundar as questões referentes à rotina de trabalho, ao papel do jornalista como produtor da notícia nem de avaliar a perspectiva dos correspondentes internacionais. Porém, consideramos relevante incluir uma visão específica, dada pelos profissionais que estão no mercado e que convivem com outros jornalistas, sobre o cotidiano da cobertura de América do Sul, especialmente Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

Escolhemos três sujeitos, que pela classificação de Duarte e Barros (2012, p.70), são denominados como pessoas “profunda e diretamente envolvidas” com os temas em discussão. As entrevistas foram feitas no período de 27 de fevereiro a 17 de março de 2014, por e-mail, exceto no caso de Martínez, cuja entrevista ocorreu por telefone.

1.**Manuel Martínez**, correspondente da Rádio Espectador do Uruguay no Brasil desde 2009. Mora em Brasília e viaja eventualmente pelo Brasil por determinação da rádio para reportagens especiais. É presidente da Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília;

2.**Marcia Carmo**, editora do *Clarín* em português e correspondente da *BBC Brasil* em Buenos Aires, na Argentina. É correspondente na Argentina há 19 anos;

3.**Marina Guimarães**, correspondente da Agência Estado em Buenos Aires, na Argentina, e costuma fazer coberturas a países sul-americanos em situações específicas. É correspondente na Argentina há 18 anos.

9. Após verificar os principais aspectos identificados ao longo desta pesquisa, buscamos compreender o modo como se construiu a imagem geomidiática do Brasil, no período de 2009 a 2012, no noticiário *on-line* de *ABC Color*, *Clarín* e *El País*. Por construção geomidiática, vale reiterar, compreendemos o conceito relativo à prática da difusão de informações na mídia sobre a realidade social entendida, interpretada do mundo e divulgada na imprensa. Steinberger (2005, p.17) menciona a expressão “geopolítica” como conceito produzido na multiplicidade de discursos. A autora (2003, p. 64-65) ainda relaciona a necessidade de compreender o conceito de geopolítica da cultura inserida na distribuição do poder por meio do Dizer (discursos) e do Fazer (práticas sociais). Para compreender a multiplicidade de discursos, Pedroso, Coutinho e

Santi (2011, p.38) observam que a indústria midiática é aquela em que os consumidores processam informações e entretenimento, a partir do processo em que as empresas midiáticas – internet, rádio, televisão e revistas – aceleram os fluxos de conteúdo para ampliar oportunidades e atrair públicos.

A partir da criação de três grandes categorias: Geral, Política e Economia para organizar o *corpus*, verificamos que a construção geomidiática do Brasil, no noticiário *on-line* analisado, envolve questões que vão desde as catástrofes naturais, com as enchentes causadas pelas chuvas de verão no Sul e Sudeste, às variações do dólar e das medidas protecionistas para os produtos de exportação, passando pelo estilo pessoal dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Também despertam interesse a violência no Brasil, as possibilidades de contaminação da gripe suína e o Carnaval.

No *ABC Color*, observamos ainda que na gestão do presidente Lula as notícias relativas aos seus discursos e decisões eram mais frequentes do que no governo da presidente Dilma Rousseff. Porém, a eleição da primeira mulher para governar o Brasil ganhou destaque nos três veículos *on-line*. O processo de campanha presidencial foi apresentado, no *ABC Color* principalmente, considerando como principal líder o próprio presidente Lula. A vitória da presidente Dilma Rousseff foi apresentada pelo veículo *on-line* como se fosse a do seu antecessor. O mesmo veículo indicou dar preferência na publicação de notícias envolvendo a rede de intrigas na política brasileira. O noticiário *on-line* paraguaio apela para o uso de estereótipos e clichês sobre o Brasil nos títulos, porém, nos textos que sustentam o noticiário opta pela formalidade.

Compreendemos, portanto, que apesar da atenção dispensada ao Brasil no seu noticiário, o *ABC Color* publica matérias jornalísticas que tendem à pasteurização, à formalidade, às informações oficiais e sem um foco direcionado para as relações bilaterais com o Paraguai ou de interesse das duas sociedades – paraguaia e brasileira –, uma vez que predomina o uso do material produzido pelas agências de notícia. Tal tendência ocorre, ao nosso ver, porque a construção geomidiática do Brasil nesse veículo é baseada nos dados e informações coletados no material produzido por estrangeiros para vários países, e não exclusivamente para o Paraguai, pois as agências de notícias vendem seu produto para os mais distintos clientes no mundo. A observação é válida, inclusive, para os temas que mais despertam a atenção do Paraguai, como a questão das tarifas de energia produzidas pela Usina Hidrelétrica de Itaipu, na fronteira

com o Brasil. As notícias relativas a Itaipu, tanto de ordem econômica como social e política, são produzidas com base em informações obtidas via agências de notícias.

Logo, verificamos que a construção geomidiática do Brasil pelo *ABC Color* é oriunda da interpretação de um conjunto de profissionais contratados por diferentes agências de notícias internacionais para a elaboração de material que deve ser negociado para distintos países. Observamos que, na prática, isso leva à produção e veiculação de notícias com predominância de fontes oficiais, conforme orientação das agências noticiosas, pouca ou nenhuma participação de populares e textos formais.

O *Clarín* é o veículo *on-line* que mais se distingue dos três aqui analisados, pois é o único que mantém uma correspondente fixa no Brasil. A presença constante de Eleonora Gósmán proporciona uma construção geomidiática do Brasil de maneira completamente distinta. A correspondente, embora apareça como responsável por sete das 24 notícias analisadas qualitativamente, produz matérias com informações em *off* (cuja fonte não aparece), em *on* (indicando a fonte) e analíticas. Também agrega informações atribuídas a jornais brasileiros, como a *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo*. A correspondente escolhe temas de interesse comum da Argentina e do Brasil, predominando as notícias com conteúdo econômico.

Interpretamos que a presença de uma correspondente fixa no Brasil acaba gerando um número mais elevado de notícias produzidos por uma profissional *in loco*. Como efeitos na construção geomidiática sobre o Brasil, identificamos matérias jornalísticas mais interpretativas e analíticas, a utilização de uma elevada quantidade de fontes em *off* e uma mescla de material produzido pela própria correspondente e com apoio de agências noticiosas e periódicos brasileiros.

Verificamos que, apesar da presença da correspondente, há o uso de material oriundo de agências de notícias, assim como o de matérias jornalísticas produzidas pela própria redação. Observamos também que houve notícias produzidas por jornalistas, da Argentina sobre o Brasil, com um conteúdo mais crítico, opinativo e analítico. Ao relatar o Brasil, o *Clarín* coloca-se como um observador na defensiva: o otimismo do empresariado brasileiro é descrito de maneira irônica, as iniciativas comerciais do Brasil são interpretadas como represálias, e a escolha dos jovens turistas argentinos pelo Brasil é atribuída à liberdade existente no país.

Interpretamos, pois, que a construção geomidiática do Brasil para o veículo *on-line* argentino baseia-se, sobretudo, em informações de ordem econômica, principalmente as referentes às disputas comerciais, à imposição de tarifas e de medidas protecionistas. Observamos que o *Clarín on-line*, mesmo pouco utilizando os recursos dos mitos, clichês e estereótipos, aprecia a abundância de adjetivos e exageros para produzir a construção geomidiática do Brasil para seus leitores. No noticiário *on-line* argentino, o Brasil é apresentado mais como um adversário econômico do que como o parceiro que seria esperado em virtude da relação entre membros do bloco do Cone Sul – o MERCOSUL. Entre as 72 notícias analisadas qualitativamente há vários exemplos, como as matérias jornalísticas “Uruguai priorizará relação com Brasil e Argentina”, do *El País on-line* em 18/02/2010; “UTE e Eletrobras firmarão amanhã acordo energético”, em 15/03/2010, no mesmo veículo; e “Uruguai deixará fixa cota de ingresso de frangos brasileiros”, em 06/04/2010, também no *on-line* uruguaio. Também aparece como o destino certo para as liberdades, como confirma a opção dos jovens pelas praias brasileiras durante o verão. Diferentemente da Argentina, em que a ditadura não foi esquecida, com o demonstram as Mães e Avós da Praça de Maio, no Brasil, conforme a notícia “Lula: ‘Não haverá caça às bruxas no Brasil’”, o tratamento dado ao assunto, segundo a matéria jornalística, é outro, pois leva o leitor a entender que o presidente da República teria cedido aos militares e que evitaria investigações de crimes cometidos no período ditatorial.

No *El País on-line*, o conteúdo de Política e Economia sobre o Brasil fica em segundo plano. Predominam as notícias organizadas por nós em Geral, com conteúdo mais humano, como as tragédias causadas pelas catástrofes naturais, a violência e os casos pitorescos do cotidiano que acabam por desaparecer em meio ao noticiário denso. Foi o veículo *on-line* com menor número de notícias veiculadas no período analisado. Verificamos que a exemplo do *ABC Color*, o *El País* utiliza bastante o material de agências noticiosas e, em boa parte das vezes, compila essa produção informando que a notícia foi elaborada pelo *El País Digital*, uma forma de indicar que a redação do veículo *on-line* deu o último formato para a matéria jornalística. Para o veículo uruguaio, o Brasil é apresentado como um país importador da carne e do leite do Uruguai e, ao mesmo, tempo como um local de festas permanentes, como o Carnaval, de violência registrada no Rio de Janeiro e de diversão constatada pelos turistas que

viajam de férias para as praias; constata-se certa miscelânea temática. Eventualmente, a seleção e produção do material sobre o Brasil é feita por jornalistas enviados.

Observamos, portanto, que a construção geomidiática do Brasil feita pelo *El País on-line* corresponde à consolidação de mitos sobre o Brasil, como o país das festas e do Carnaval, do parceiro comercial específico para os produtos de interesse do Uruguai – carne e leite –, do Estado que falha na organização da infraestrutura para situações de risco, como no caso das tragédias causadas pelas enchentes. No entanto, a produção dessa realidade é baseada em informações que não são coletadas por jornalistas do veículo *on-line*, mais uma vez as agências noticiosas estrangeiras são as principais fontes das matérias jornalísticas que levam o leitor uruguaio a conhecer e a compreender o Brasil.

Entendemos que o processo de construção geomidiática do Brasil produzido pelos três veículos *on-line* ao longo dos anos 2009 a 2012 praticamente manteve-se inalterado em termos de conteúdo e interpretação, embora o processo de narrar e relatar jornalisticamente esteja em constante mutação. Verificamos que os grupos temáticos, as abordagens e as contextualizações seguem uma espécie de roteiro definido sobre o Brasil – disputas comerciais, intrigas políticas, denúncias de corrupção, problemas causados pelas catástrofes naturais ou descaso dos governantes –, mesmo com a mudança de governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva para a presidente Dilma Rousseff. Observamos que as mudanças expressivas ocorreram apenas nas referências aos atores do noticiário *on-line*: novas personagens ocupam o espaço que era frequentado pelas antigas figuras do cenário político e econômico brasileiro.

## CONCLUSÃO

Nesta pesquisa, analisamos a construção geomidiática do Brasil no noticiário *on-line* do *Clarín* (Argentina), do *ABC Color* (Paraguai) e do *El País* (Uruguai) no período de 2009 a 2012, com exceção das notícias relativas a esporte e cultura. Para isso, utilizamos o método da análise de conteúdo do material coletado – no total 7.746 notícias nos três veículos –, da análise qualitativa de 72 matérias jornalísticas e realizamos três entrevistas semiestruturadas. No decorrer desse percurso, abandonamos a visão inicial que tínhamos, a de que o lado festivo e simpático do brasileiro sobrepõe-se aos eventuais interesses dos países vizinhos sobre Brasil, pois verificamos uma abundância de notícias relativas a Economia e Política. Observamos ainda que o processo de narrar e de relatar jornalisticamente está em constante mutação em decorrência dos acontecimentos (jornalísticos) diários, mas segue o que consideramos um roteiro definido: é noticiado o que pode influenciar no cenário do país envolvido. Verificamos que ainda existe a tendência de descrever o “outro”, no caso o Brasil, utilizando mitos e clichês. Recorrendo a Burke (2000), que alerta sobre a necessidade de ter cuidado ao singularizar o que é plural, e a Gilberto Freire (1933), que faz referência ao “Brasil híbrido” e à pluralidade da sociedade brasileira, trabalhamos com a problematização na perspectiva do modo ‘como ocorre o processo de construção midiática do Brasil’.

Mais do que um levantamento descritivo de 4.122 notícias no *ABC Color*, 2.302 notícias no *Clarín* e 1.322 notícias no *El País*, este estudo representou uma mudança de abordagem para a apreensão sobre os assuntos que despertam interesse e ganham espaço midiático no noticiário *on-line* dos principais parceiros do Brasil no Cone Sul. Acreditamos, portanto, que só é possível compreender o processo de construção geomidiática do Brasil quando analisamos o noticiário como um todo e aprofundamos a abordagem sobre a questão da integração regional, o papel do jornalista como produtor da notícia e a ação das agências noticiosas. Se não abordarmos essa dimensão processual da construção em si, o risco maior é de adotarmos uma definição simplista e até singela sobre as imagens reproduzidas pela imprensa sobre o Brasil nos países vizinhos do Sul.

Nesse caso, podemos dizer que algumas considerações apresentadas neste estudo são aplicáveis ao nosso objetivo de pesquisa, mas também podem ser utilizadas em

trabalhos que pretendam estudar as questões de geopolítica, da cobertura internacional e da atuação das agências de notícias e correspondentes em geral. Sistematizamos nossas conclusões nos seguintes aspectos:

I) O volume de notícias sobre o Brasil é surpreendente nos veículos *on-line* por nós pesquisados. Noticia-se algo sobre o Brasil e os brasileiros praticamente todos os meses. A frequência varia de veículo para veículo, mas a quantidade de matérias jornalísticas é elevada no geral, o que demonstra que o Brasil é foco de atenção para a Argentina, o Uruguai e o Paraguai;

II) Ao criarmos três grandes categorias para a análise descritiva do *corpus*, verificamos que em cada um dos veículos houve a prevalência de notícias de uma das grandes categorias: no *ABC Color* foi Política; no *Clarín*, Economia; no *El País*, Geral;

III) Observamos, nas 72 notícias analisadas qualitativamente, que em 38 matérias jornalísticas foram usadas fotografias, enquanto em 34 os relatos foram feitos sem imagens. Há diferenças na utilização de imagens em cada um dos veículos analisados;

IV) A ausência de jornalistas-correspondentes fixos no Brasil nos chamou a atenção. Apenas o *Clarín* tem uma jornalista que é correspondente no Brasil – Eleonora Gósmán. O *ABC Color* e *El País* não têm;

V) O noticiário *on-line* sobre o Brasil é produzido, na maioria dos casos, por agências internacionais de notícias e por uma compilação desse material pela redação;

VI) Não verificamos nesta pesquisa a alardeada integração, presente nos discursos dos políticos. O que mais aparece é uma disputa comercial e econômica do que a integração no sentido de construir um projeto comum nos padrões sonhados por Simón Bolívar;

VII) Apesar de existirem estudos em defesa do respeito ao outro e ao olhar estrangeiro, a utilização de mitos, estereótipos e

senso comum nos três veículos *on-line* para descrever e narrar os fatos referentes ao Brasil é bastante recorrente;

VIII) Nas entrevistas semiestruturadas com três jornalistas-correspondentes na América do Sul, verificamos, a partir das respostas dos sujeitos mencionados, que não há substituição para o papel do jornalista-correspondente como produtor da notícia. Mas os elevados custos de manutenção desse profissional põem em risco sua atuação;

IX) Por fim, o que mudou no processo de construção geomidiática ao longo do período analisado? Verificamos que, exceto pelos atores apresentados no noticiário, pouco mudou: os temas parecem uma repetição de um mesmo roteiro: as disputas comerciais, os escândalos políticos e os casos de violência.

Além dessas conclusões gerais, outras podem ser aplicadas diretamente ao nosso objeto no modo como ocorre o processo de construção geomidiática do Brasil no noticiário *on-line* em três veículos distintos de três países vizinhos ao longo de quatro anos; é possível observar as diferentes áreas de interesse de cada um e o espaço destinado às notícias. Por questões operacionais, dividimos as discussões por capítulos, articulando-os no decorrer da análise. Assim trabalhamos com o levantamento descritivo do *corpus* levantado nos três veículos *on-line*. A partir desse levantamento, criamos as três grandes categorias de análise do noticiário. Trabalhamos com as categorias de Política, Economia e Geral. Depois, selecionamos a partir da predominância de assuntos, por veículo *on-line*, 24 notícias em cada um deles, totalizando 72 matérias jornalísticas, para a análise qualitativa. Na etapa seguinte, realizamos entrevistas semiestruturadas com três jornalistas-correspondentes na América do Sul. Pela combinação desses aspectos organizamos nosso olhar sobre o processo de construção geomidiática do Brasil em três veículos *on-line* da Argentina, do Paraguai e do Uruguai, cujas considerações estão sistematizadas da maneira como apresentamos a seguir.

### **Volume de notícias sobre o Brasil no noticiário *on-line* pesquisado**

Durante a investigação, nos deparamos com um volume elevado de notícias sobre o Brasil, mesmo excluindo as editoriais de Esportes e Cultura da pesquisa.

Identificamos 7.746 notícias nos três veículos *on-line* pesquisados. Houve uma surpresa também quando constatamos 4.122 notícias no *ABC Color*, 2.302 matérias jornalísticas no *Clarín* 1.322 no *El País*. Verificamos, com o levantamento de dados, a importância do Brasil para o noticiário *on-line* analisado, afinal, em todos os meses – o que significa considerar inclusive os que apresentaram um menor número de notícias sobre o Brasil – havia alguma referência ao país e aos brasileiros.

A partir da primeira etapa do levantamento, verificamos a necessidade de realizar uma investigação mais detalhada por ano, mês e dia nos três veículos aqui pesquisados. Com esses dados, observamos que, em decorrência do volume total dos quatro anos por veículo, os números também variavam por ano, mês e dia no noticiário *on-line*.

No *ABC Color*, observamos que todos os dias o Brasil foi notícia no veículo *on-line*. Em 2011, ano com maior volume de notícias, atingiu 9,5 notícias por dia, registrando uma média mensal de 114,58. Em 2009, ano com menor quantidade de matérias jornalísticas, a média diária foi de 1,3, e a mensal, de 39,09.

No *Clarín*, nem todos os dias o Brasil foi notícia. Em 2009 houve o menor volume de matérias jornalísticas, no qual identificamos uma média diária de 0,85, e mensal de 25,5 notícias. Assim como ocorreu no *ABC Color*, no veículo *on-line* argentino, 2011 foi o ano em que se publicou maior quantidade de notícias, com média mensal de 62,33, e diária de 2,07.

O *El País* foi o veículo *on-line* com menor quantidade de notícias publicadas sobre o Brasil no conjunto dos três analisados, a média mensal mais baixa ocorreu em 2011, curiosamente o ano em que o *ABC Color* e *Clarín* registraram maior volume de matérias jornalísticas. Em 2011, a média mensal foi de 25,5 notícias, e a diária, 0,85. Localizamos números semelhantes em 2010: média mensal de 25,6 notícias e média diária de 0,85.

Podemos concluir que o processo de construção geomidiática no noticiário *on-line* do *ABC Color*, *Clarín* e *El País* segue uma tendência de frequência elevada anual, mensal e diária, mas variável. Não há um crescimento contínuo, mas constatamos que mensalmente existe referência ao Brasil ou aos brasileiros, mesmo quando a média diária é baixa, como no caso do *El País*. Consideramos o material jornalístico do gênero informativo – portanto, notas, matérias jornalísticas, reportagens e entrevistas –,

optamos assim, pela busca de notícias em que as opiniões do veículo e dos profissionais de imprensa ficam, teoricamente, em segundo plano. Como ocorre no jornalismo, de acordo com os valores-notícia, o volume de notícias varia conforme os fatos e episódios capazes de despertar o interesse da imprensa.

### **Três grandes categorias que se transformam em subcategorias em casos específicos**

Para avançar nos dados sobre o noticiário *on-line* referente ao Brasil, não bastavam os números indicando o volume elevado de matérias jornalísticas, seria preciso investigar quais áreas de interesse despertaram a atenção do *ABC Color*, *Clarín* e *El País*. Criamos, então, três grandes categorias de análise para agrupar os temas relativos ao Brasil e aos brasileiros: Política, Economia e Geral.

Verificamos que, nas grandes categorias de análise, houve predomínio dos temas categorizados em Política, no *ABC Color*, Economia, no *Clarín*, e Geral no *El País*. Mas consideramos necessário aprofundar as investigações na busca por tentar compreender o que se noticiou sobre o Brasil nos meses com maior e menor volume de matérias jornalísticas em cada um dos veículos *on-line*.

Assim, criamos subcategorias de análise, incorporadas às três grandes categorias: Política, na qual incluímos política externa e política interna; Economia, na qual incorporamos economia externa, economia interna e energia; Geral, agregando notícias relativas à política, segurança, questões indígenas e às catástrofes naturais, trabalhando com o *fait divers* para entender esses temas.

O que nos surpreendeu é que, em alguns casos, as subcategorias predominantes divergiam da categoria que prevaleceu no conjunto de cada um dos veículos analisados. Verificamos tal situação tanto no *ABC Color* como no *El País*. Se, na grande categoria, no caso do veículo *on-line* paraguaio, predomina Política, nas subcategorias, no caso do mês de janeiro de 2011, com maior volume de matérias, o que predominou foi o noticiário Geral, com 86 notícias, das quais 68 relativas às catástrofes naturais. No veículo *on-line* uruguaio, no mês de setembro de 2011, que registrou o maior volume de notícias – 55 – diferentemente da categoria de Geral, que predominou no conjunto do noticiário, nas subcategorias prevaleceram as notícias de Economia. Das 55 notícias, 41 estavam na grande categoria de Economia, das quais 31 em economia externa. Já o *Clarín* manteve sua tendência, no mês de outubro de 2010, que registrou o maior

volume de notícias – 102 –, de publicar mais matérias de Economia. Neste mês, 49 notícias eram de Economia, das quais 39 de economia externa.

Os três veículos *on-line* aqui analisados têm o perfil conservador e uma história comum: nasceram de projetos dos jornais impressos. Interpretamos que há uma tendência em reproduzir notícias do impresso no *on-line* adaptando o tamanho – na internet as matérias jornalísticas são menores – e aplicando os recursos da internet – como hiperlinks, entre outros –, daí, entendemos, o aproveitando de maior número de temáticas em cada um dos veículos.

O que podemos então concluir é que há necessidade de redobrar a atenção quando se menciona as áreas de interesse de um dos veículos *on-line* aqui analisados quando noticiam algo sobre o Brasil. Observamos que essas áreas, que chamamos de interesse, variam de acordo com os fatos e com o modo como esses influenciam nos respectivos países. É leviano afirmar, em relação ao *ABC Color*, que os assuntos de Política se sobrepõem aos da categoria Geral, por exemplo, pois verificamos que os fatos relativos a essa grande categoria também interessam ao veículo paraguaio. Da mesma forma é superficial dizer que o *El País* opta pelas notícias da categoria Geral em detrimento das demais, pois na análise do mês com maior volume de matérias jornalísticas publicadas, observamos que os temas de Economia, sobretudo, os de economia externa estão no foco de interesse do veículo uruguaio. É preciso verificar os dados e principalmente a análise qualitativa para aferir qualquer opinião sobre as questões aqui abordadas.

### **Imagens fotográficas: algo que não está entre as prioridades do noticiário *on-line***

Quando analisada a questão do uso de imagens fotográficas nas notícias sobre o Brasil nos três veículos *on-line*, surpreende a variação da utilização do material em cada um deles. Das 72 notícias qualitativamente analisadas, 38 foram publicadas com fotos e 34 sem imagens. Mas isso não significa necessariamente que a fotografia tenha um lugar de destaque no noticiário *on-line* do *ABC Color*, *Clarín* e *El País*. Observamos que o uso do material fotográfico nos veículos *on-line* não prima pela qualidade técnica nem pela pertinência ou temporalidade. Vamos a alguns exemplos.

A notícia publicada no *ABC Color* sobre a presença do ex-presidente hondurenho Manuel Zelaya na Embaixada do Brasil em Tegucigalpa (Honduras) é um

exemplo. Nessa matéria jornalística, a foto utilizada, que é de Zelaya cercado por correligionários, não tem qualidade técnica, está “granulada”, como se diz na linguagem jornalística. Na prática, a foto publicada foi ampliada do tamanho original e perdeu sua qualidade. Ainda no *ABC Color*, das 24 notícias analisadas qualitativamente, em 12 havia fotografias, e em quantidade semelhante houve a veiculação sem imagens. Verificamos que, nas notícias com fotografias, o texto-legenda, que descreve a foto e a associa ao conteúdo, não foi exposto.

No *Clarín*, observamos que a fotografia tem uma utilização basicamente ilustrativa, e não necessariamente factual. Notamos o uso de imagens de arquivo em profusão. Um exemplo é a notícia sobre as duas mulheres na Presidência da República: Dilma Rousseff, no Brasil, e Cristina Kirchner, na Argentina. As fotos publicadas são de ambas com a faixa presidencial. Não eram imagens “do dia”, mas sim fotografias “históricas”. Das 24 matérias jornalísticas qualitativamente analisadas no veículo *on-line* argentino, apenas oito foram publicadas com fotografias cujo tamanho e disposição variam bastante.

Dos três veículos *on-line*, o *El País* é o que apresenta a maior utilização de imagens fotográficas: das 24 notícias analisadas qualitativamente, 14 foram veiculadas com fotos. Apenas dez não. Observamos o uso abundante de imagens de arquivo. A notícia “Avião desaparecido: Informam nacionalidades, descartam presença de uruguaios”, de 1º/06/2009, do veículo *on-line* uruguaio, a foto é de uma aeronave da TAM, não necessariamente do avião acidentado. Nas matérias jornalísticas sobre o aumento do real, a ilustração é de fotografias notas de R\$ 50,00 e na notícia sobre as “travas do setor leiteiro”, a imagem é de latas de leite. Também verificamos que há publicação de várias fotos em uma mesma matéria, como no caso da notícia sobre “a invasão de turistas em Punta del Leste com três imagens: uma em que um navio está em alto-mar, outra com turistas tomando banho de sol, e ainda um casal segurando a Bandeira do Brasil. Nas matérias jornalísticas sobre o Carnaval também há muitas imagens.

Concluimos que, no caso dos veículos *on-line* aqui analisados, por vezes a fotografia é um recurso utilizado meramente com o intuito ilustrativo. Não há busca pela publicação da chamada “foto do dia”, aquela que representa um sentido a mais na matéria jornalística ou que tem relação direta com o momento referido. Também não identificamos a preocupação sobre a temporalidade da imagem fotográfica, pois há

situações em que a foto publicada é antiga, como no caso das presidentes da República do Brasil e da Argentina, não se considerou, por exemplo, o fato de que ambas tinham alterado o penteado. Observamos ainda que a qualidade técnica nem sempre é o principal item para a publicação de uma fotografia, como no caso da imagem do ex-presidente Manuel Zelaya. Assim, compreendemos que, no caso do noticiário *on-line*, a publicação de fotografias não está entre as prioridades nem no foco das atenções.

### **Integração ou competição?**

Uma das angústias que nos motivou no começo deste trabalho foi investigar se havia a propalada integração tão presente nos discursos políticos entre Brasil, a Argentina, o Paraguai e o Uruguai, segundo o noticiário *on-line*. Observamos, a partir da análise qualitativa das 72 notícias do *ABC Color*, do *Clarín* e do *El País*, que o sonho de uma América Latina única, que nasceu no século XIX, não se apresenta nas notícias por nós analisadas. Verificamos que a integração está associada, sobretudo, à disputa por espaços comerciais e econômicos.

O espírito competitivo, e não o de integração, é evidente nas notícias de Economia relativas às preocupações com a adoção de barreiras econômicas, medidas de reajuste de preços de tarifas energéticas e alta da inflação, assim como na Política, no relato de intrigas e desavenças, a buscar a integração. Na categoria Geral, notamos a predominância dos assuntos de segurança, polícia e catástrofe.

Não verificamos, em momento algum, a tentativa de colocar em prática, por meio de reportagens nos veículos *on-line*, a busca pela integração tão comentada nos discursos de políticos dos quatro países – Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. O máximo de percepção em relação à integração está na menção às questões relativas ao MERCOSUL – bloco que reúne Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e mais recentemente a Venezuela. Também observamos que para os veículos *on-line* a discussão sobre a constituição da Comissão da Verdade, destinada no Brasil a investigar os crimes da ditadura, desperta interesse. Mas o que verificamos é a existência, mesmo que sutil, de animosidade presente no tom de competição e de provocação nas matérias jornalísticas nos veículos *on-line*.

Também observamos que o *ABC Color*, *Clarín* e *El País* apreciam noticiar matérias jornalísticas culturais sobre o Brasil, mesmo que em editoriais que de *hardnews*

– notícias escritas de forma mais objetiva e informativa, visando a imparcialidade do texto por extinguir dele qualquer subjetividade. Dos três noticiários *on-line*, o *El País* foi o que apresentou maior quantidade de notícias com esse conteúdo. Nele, verificamos notícias sobre o Carnaval no Brasil e o estilo do brasileiro de receber os turistas uruguaios, e sobre os brasileiros que “invadem” Punta del Leste. A notícia “Sem ritmo de samba, mas fazendo-se notar, brasileiros monopolizam Punta”, de 02/01/2010, do *El País on-line*, reúne os elementos citados, por exemplo. Porém, mesmo nessa e em outras matérias jornalísticas não verificamos a intenção de integração cultural. O que há é o relato dos distintos comportamentos que se aceitam mutuamente, mas nem por isso se integram.

Concluindo, nesse processo de construção da notícia sob a perspectiva da integração, compreendemos que os discursos políticos não encontram consonância na publicação do noticiário nos veículos *on-line* dos três países. O que empreendemos é que as disputas comerciais, econômicas e até as intrigas políticas prevalecem sobre a abordagem de uma irmandade sul-americana, de países que têm aspectos – sociais, políticos e econômicos – comuns. O espírito de integração aparece de forma bastante sutil nas matérias jornalísticas culturais, como as que tratam de Carnaval e viagens de turismo. Mesmo assim a interpretação nas notícias é de distinção de comportamentos, não exatamente de compreensão das diferenças.

### **Utilização de mitos, estereótipos, clichês e senso comum na narração dos fatos**

Ao longo desta pesquisa, buscamos analisar como esses recursos foram utilizados na construção geomidiática sobre o Brasil. Não foi o objetivo principal do trabalho, mas nos pareceu fundamental analisar esse aspecto e como ele aparece, por vezes, sobrepondo-se a outros elementos. Nos distanciamos do senso comum que insistem em consolidar essa utilização como algo usual e, portanto, aceitável pela imprensa. Discutimos aqui os mitos, estereótipos e clichês na produção da notícia para registro de sua utilização.

Verificamos que de forma direta ou indireta em, pelo menos 17, das 72 notícias analisadas ainda estão presentes. Os mitos sobre o Brasil surgem de forma pulverizada, assim como as referências utilizando os estereótipos, clichês e senso comum. Todos esses elementos são utilizados para descrever um ou outro detalhe sobre o Brasil, seja

no *ABC Color*, no *Clarín* ou no *El País*. Nas notícias por nós analisadas, observamos uma tendência em reforçar ideias estabelecidas sobre o Brasil a partir da seleção até a publicação das notícias. A política é retratada como uma rede de intrigas e tradições em que os nomes consagrados fazem sucessores, a economia é associada a questões que podem influenciar na região sul-americana e as demais notícias relatam episódios de violência, de festas intermináveis, como Carnaval, ou situações pitorescas.

No *ABC Color*, observamos, nas 24 notícias analisadas qualitativamente, que em cinco delas houve o uso de estereótipos e do senso comum; depois do *El País* é o veículo que mais utiliza esses recursos dentre os aqui pesquisados. No veículo paraguaio, o texto é formal mas os títulos utilizam o lugar comum, o estereótipo e até o mito, enfim, ideias já consolidadas sobre o Brasil.

No *Clarín*, verificamos que o recurso dos clichês, estereótipos, mitos e senso comum aparece de forma menos evidente no noticiário *on-line*. Das 24 notícias qualitativamente analisadas, identificamos apenas duas situações. Mas no noticiário argentino, percebemos a frequência da inserção de opiniões nos textos informativos para relatar os fatos relativos ao Brasil. Também utilizam em abundância fontes em *off* (sem revelar o nome da fonte) para apresentar análises que consideram importantes.

No *El País*, observamos que, dentre os três veículos analisados, este reúne maior número de notícias, nas quais constatamos que o uso de clichês, estereótipos, mitos e senso comum aparece de forma mais evidente. Do total de 24 notícias analisadas qualitativamente, observamos que em dez constam a presença do uso de estereótipo, clichê, mito ou senso comum para noticiar o Brasil.

Concluimos que, em termos numéricos, analisando qualitativamente o noticiário *on-line*, é baixa a utilização de mitos, estereótipos, clichês e senso comum na narração dos fatos sobre o Brasil, pois, de 72 notícias, em 17 verificamos a presença de um ou vários desses recursos, mas chama a atenção o fato de que, a despeito do crescimento econômico do Brasil, dos avanços tecnológicos e sociais identificados no país, das conquistas no cenário político com a consolidação da democracia, persista a insistência de associar o país a antigas referências que não encontram correspondência com o mundo real.

## **Jornalistas-correspondentes: grandes ausentes**

Os principais ausentes na cobertura internacional sobre o Brasil nos veículos *on-line* são os jornalistas-correspondentes. Verificamos que apenas o *Clarín* mantém correspondente fixo no Brasil, a jornalista Eleonora Gósmán, que mora em São Paulo, local de onde faz a cobertura sobre o Brasil. Na análise qualitativa, observamos que no caso do *ABC Color*, as três matérias jornalísticas cuja assinatura é destacada são da mesma jornalista: Antonella Brignardello. Essa jornalista escreve como se estivesse no Rio de Janeiro. No entanto, ela não é enviada nem correspondente – pois não há menção a essas funções. No caso do *El País*, apenas duas matérias jornalísticas são assinadas por repórteres enviados ao Brasil. No caso do veículo *on-line* uruguaio, há a prática de produzir matérias jornalísticas da redação assinando “*El País Digital*”.

Interpretamos que uma das hipóteses para a ausência de jornalistas – enviados ou correspondentes ao Brasil – pode ter relação direta com a economia de despesas. Não podemos afirmar que essa é a razão pela qual dois dos três veículos *on-line* analisados optaram por não ter jornalistas permanentes no Brasil, assim como foi verificado que são raras as situações em que repórteres vêm ao país para apurar e produzir matérias jornalísticas.

No *ABC Color*, das 24 matérias analisadas, em apenas três havia assinatura de repórter. Não temos como aferir se houve coincidência. A assinatura das notícias é de Antonella Brignardello. A nossa hipótese é a de que a jornalista tenha produzido a notícia baseada em informações de emissoras de televisão, agências internacionais e brasileiras, assim como de emissoras de rádio. Mas não temos elementos para confirmar essa hipótese.

No *Clarín*, das 24 matérias analisadas qualitativamente, oito são assinadas pela correspondente Eleonora Gósmán, que vive há mais de duas décadas no Brasil e atualmente mora em São Paulo. As notícias escritas pela correspondente são todas de Economia. Eleonora Gósmán agrega informações em *off* (cuja fonte é mantida em sigilo), de empresários, populares, além de fontes oficiais. O papel da correspondente na produção da notícia se mostra relevante, pois indica que o material elaborado por ela é mais profundo e contém elementos distintos do oriundo das agências de notícias. Porém, a correspondente demonstra confiar e utilizar material produzido pelos jornais brasileiros *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. Em três matérias jornalísticas há

assinaturas de jornalistas cuja origem não é descrita, mas interpretamos que é da Argentina.

No *El País*, das 24 matérias analisadas qualitativamente, apenas uma foi produzida por dois jornalistas enviados ao Brasil. No veículo *on-line* uruguaio dez matérias jornalísticas foram produzidas a partir do trabalho da redação que assina “*El País Digital*”; de acordo com a prática jornalística, isso mostra que há compilação de dados oriundos de várias origens – agências noticiosas, emissoras de televisão e rádio locais e internacionais. As demais notícias são oriundas de agências internacionais.

Estudos de Adghirni, realizados em diferentes momentos e abordando distintas práticas jornalísticas, mostram mudanças estruturais, inclusive a redução no número de profissionais de imprensa que vão a campo em busca de notícias e informações. Porém, Crato destaca que as agências noticiosas tornaram-se imprescindíveis. Não aprofundamos esses aspectos, mas, registramos, sim, que a construção geomidiática sobre o Brasil nos três veículos *on-line* é sustentada basicamente no trabalho das agências de notícias.

Concluimos que, apesar do elevado volume de notícias sobre o Brasil, as matérias jornalísticas publicadas sobre o país no noticiário *on-line* aqui analisado é na sua maioria produzido por profissionais que não mantêm vínculos diretos com os respectivos veículos – *ABC Color*, *Clarín* e *El País* –, portanto, há uma tendência à pasteurização do noticiário, sem a busca por aspectos diferenciados, um olhar próprio e a opinião do cidadão, por exemplo. Preocupa-nos a ausência de jornalistas-correspondentes no Brasil, pois pode demonstrar que embora exista um evidente interesse em noticiar o Brasil, não existem investimentos na manutenção de profissionais capazes de realizar coberturas especiais, específicas e diferenciadas para seus veículos.

### **Agências noticiosas ou de notícias: as principais geradoras do noticiário**

Como afirmamos anteriormente, predominam no noticiário *on-line* sobre o Brasil as matérias jornalísticas oriundas das agências noticiosas. No *ABC Color*, das 24 notícias analisadas, 20 são produzidas por agências internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), francesa; *Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana.

O *Clarín*, como foi dito, é o único dos três veículos *on-line* a manter uma correspondente fixa no Brasil. Também foi o único que apresentou um relativo equilíbrio entre o uso de material produzido por agências e o elaborado por jornalistas da própria empresa argentina. Verificamos que, das 24 notícias analisadas qualitativamente, quatro foram produzidas por agências internacionais.

O *El País*, depois do *ABC Color*, é o veículo *on-line* que mais utiliza o material produzido pelas agências internacionais de notícia. Das 24 notícias analisadas qualitativamente, 13 foram produzidas por agências internacionais. As matérias produzidas pela redação de forma conjunta neste veículo são assinadas como “*Do El País Digital*”.

Das 72 notícias analisadas qualitativamente, 37 são oriundas de agências internacionais: *Agence France-Presse* (AFP), francesa; *Associated Press* (AP), norte-americana; EFE, espanhola; Ansa, italiana. Mas há situações em que a redação compila o material produzido (pelas agências) e assina como “redação” ou no caso do *El País*, “*El País Digital*”, dado que interpretamos também como aproveitamento de material oriundo de agências noticiosas. Embora existam no conjunto 35 notícias que não foram produzidas pelas agências noticiosas, é necessário alertar que muitas vezes o material publicado sobre o Brasil surge da junção de informações oriundas das agências internacionais.

O que nos incomoda ao verificar o predomínio das agências noticiosas são as características que prevalecem no noticiário produzido por elas: cobertura baseada, sobretudo, em fontes oficiais; reduzida preocupação com enfoques humanos e individuais; homogeneização na abordagem – a mesma cobertura feita sobre o Brasil para o Paraguai é realizada de forma semelhante ou igual para a Argentina e o Uruguai, por exemplo; priorização de temas e questões de macro política e macro economia; tendência em repetição de abordagem de alguns assuntos, como o Carnaval e as catástrofes causadas pelas chuvas de verão. O *ABC Color*, por exemplo, na matéria “Toque de recolher é implantado para proteger a população de traficantes”, de 30/08/2009, faz um relato sobre a ordem, mas não inclui depoimentos nem análises de especialistas ou autoridades públicas. Concluímos que esse conjunto de elementos que caracteriza o noticiário das agências internacionais acaba, muitas vezes, dominando a construção geomidiática do Brasil nos três veículos *on-line* aqui analisados. As agências

noticiosas, segundo o material coletado, optam por sustentar sua produção em fontes oficiais, deixando em segundo plano as opiniões de cidadãos anônimos.

### **Entrevistas semiestruturadas com profissionais que conhecem a América do Sul**

Para agregar elementos à pesquisa, decidimos entrevistar três jornalistas experientes e que conhecem a América Latina no esforço de buscar respostas às questões surgidas a partir do levantamento feito com base no *corpus*. Inicialmente, a intenção era ouvir jornalistas que trabalham nos três veículos *on-line* aqui pesquisados, porém, embora tivessem prometido responder às perguntas, eles evitaram participar da pesquisa.

Escolhemos três profissionais com experiência na cobertura de América do Sul, são eles: 1. **Manuel Martínez**, correspondente da Rádio Espectador, do Uruguay, no Brasil desde 2009; 2. **Marcia Carmo**, editora do *Clarín* em português e correspondente da *BBC Brasil* em Buenos Aires, na Argentina; 3. **Marina Guimarães**, correspondente da Agência Estado em Buenos Aires, na Argentina, e costuma fazer coberturas a países sul-americanos em situações específicas.

Nas entrevistas semiestruturadas procuramos respostas dos jornalistas-correspondentes sobre as seguintes questões: 1. Quais são as áreas de interesse sobre o Brasil; 2. Como são coletados os dados e as informações sobre o Brasil pelos países vizinhos; 3. Se há uma tendência em querer repetir estereótipos e o senso comum; 4. Como costuma ser a rotina de um correspondente; 5. Se há uma propensão ao uso cada vez maior do material produzido por agências, e não por jornalistas correspondentes ou enviados por seus respectivos jornais; 6. Qual é o momento no mercado de trabalho do jornalismo latino-americano.

Reservadas as diferenças de visão entre os entrevistados, os jornalistas afirmaram que o Brasil como um todo interessa aos estrangeiros, mas que a abordagem dos dados e das informações baseia-se, principalmente, no material produzido pelas agências noticiosas. Um dos entrevistados afirmou que a tendência em repetir estereótipos e senso comum ocorre porque há um interesse dos veículos em divulgar aspectos já conhecidos do Brasil, como o Carnaval do Rio de Janeiro. Os correspondentes relataram ainda as dificuldades na cobertura diária e analisaram o momento no mercado de trabalho do jornalismo latino-americano.

Não tivemos a intenção de fazer um estudo comparativo nem de aprofundar as questões referentes à rotina de trabalho, ao papel do jornalista como produtor da notícia nem de avaliar a perspectiva dos correspondentes internacionais. Mas consideramos importante incluir uma opinião específica, dada pelos profissionais que estão no mercado e que convivem com outros jornalistas, sobre o cotidiano da cobertura de América do Sul, especialmente Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

### **A trajetória da pesquisadora**

Apresentadas as conclusões sobre o objeto, discorro de forma breve sobre a trajetória realizada por mim nesses três anos e meio de pesquisa, que modificaram minha visão como pesquisadora, jornalista e, inclusive, brasileira. O conceito inicial, por exemplo, de que o interesse exclusivo do mundo em relação ao Brasil está atrelado à imagem do país das festas desapareceu em meio ao levantamento do *corpus* e da análise do material coletado. O Brasil, de 2009 a 2012, vai além das esferas do Carnaval, da praia e do samba, embora esses elementos ainda persistam, é o país da economia pungente e de uma política repleta de detalhes peculiares.

Das teorias trabalhadas nesta pesquisa, principalmente, sobre o *gatekeeping*, aprendi que o processo de filtragem da notícia em relação ao Brasil em várias ocasiões é conduzido por canais que não têm relação direta alguma com o Brasil tampouco com os respectivos países que publicam as matérias jornalísticas, neste caso Paraguai, Uruguai e Argentina. Essa consideração se baseia, sobretudo, no predomínio das agências noticiosas na seleção e produção do material jornalístico que é publicado no noticiário *on-line* por nós analisado.

Dos conceitos desenvolvidos por White, Breed, Wolf, Sousa e Alsina, assim como as opiniões de jornalistas-correspondentes, especialistas em América Latina, busquei entender o papel do jornalista na seleção, produção e veiculação do material jornalístico. Nesse processo também foram observados a cultura que envolve os profissionais e suas rotinas. Não tive a pretensão de aprofundar o debate sobre o perfil do jornalista, o papel social nem as mudanças estruturais pelas quais passa o jornalismo, mas quis incluir essas questões nas discussões. Reunir esses elementos não é uma tarefa simples, mas tentei, ao menos, com a ajuda da análise interpretativa dos dados

recolhidos , aprender como ocorre a construção geomidiática do Brasil no noticiário *online* de três grandes veículos da Argentina, do Paraguai e do Uruguai.

Afirmo ainda que a reflexão teórica me levou a aprender sobre o olhar estrangeiro a respeito do outro, no caso o Brasil e os brasileiros. Foi assim que desconstruí conceitos que prevaleceram até o início deste estudo, carregados de uma ideologia utópica sobre a América do Sul integrada e próxima àquela sonhada por Simón Bolívar; desde então passei a “aceitar” a existência de países vizinhos que competem, disputam e guardam até os dias de hoje um grau de provocação que se repete no noticiário ainda carregado de estereótipos e de clichês. Posso dizer que essa reflexão associada à paixão pelo noticiário internacional permitiu que eu abandonasse as primeiras hipóteses já ao iniciar a pesquisa, e isso aproximou-me da realidade.

Podemos concluir que o processo de construção geomidiática ao longo do período analisado mudou apenas naquilo que concerne aos atores apresentados no noticiário, pois as temáticas e a abordagem mantêm um mesmo enredo: as disputas comerciais e econômicas, os escândalos políticos, os casos de violência, as catástrofes causadas pelas chuvas de verão e o descaso do Estado com a população carente, além das referências às praias, ao comportamento dos turistas e ao Carnaval. Porém, o elevado número de matérias jornalísticas produzidas por agências estrangeiras também leva à elaboração de um noticiário característico: pasteurizado, predominando o tom oficial, poucas (ou quase nenhuma) opiniões de cidadãos comuns e uma reprodução permanente de jornais brasileiros, como o Estado de S. Paulo e a Folha de S. Paulo. Um exemplo é a matéria do *Clarín* “Forte crescimento, mas ainda com escasso desenvolvimento social”, de 29/12/2009, de Eleonora Gósman, que reproduz informações publicadas na Folha. Observando o período, por nós analisado, é possível afirmar que as agências noticiosas predominaram nos quatro anos. Também verificamos que não houve, neste período, decisões de ampliar o número de correspondentes nem de enviados especiais ao Brasil.

Para alguns, a nossa interpretação pode levar à compreensão de um conflito entre o jornalismo real, que se refere ao praticado, e o ideal, aquele em que os profissionais saem a campo em busca de informações precisas. No jornalismo real, a construção geomidiática sobre o Brasil, no noticiário analisado por nós, é sustentada por agências noticiosas, com raros correspondentes e enviados especiais, poucos depoimentos de populares e análises de especialistas. No jornalismo ideal, os repórteres

e editores buscam dados com mais de duas fontes, inclusive as de opiniões divergentes, utilizando fontes em *on* e *off*, selecionando imagens fotográficas com qualidade com qualidade técnica e sentido jornalístico – no caso que acrescenta às informações em texto – e mais cuidado ao compilar o material produzido pelas agências noticiosas, evitando denúncias capazes de gerar dúvidas, como a da reportagem, publicada no *ABC Color* “Sarney comanda uma ‘máfia’”, de 31/07/2009, em que a matéria é sustentada da denúncia do então senador Arthur Virgílio Neto (PSDB-AM).

## REFERÊNCIAS

ALDUNATE, Arturo. **Por las fronteras de la cibernética**. Joaquin Almendros, Editor: Argentina, 1972

ANDIÓN, Margarida Ledo. **Documentalismo fotográfico/Identidade Signo y imagen**. Espanha, Catedra, 2007

ANDRADE, A. et. al. **O MERCOSUL é notícia?** Actas do XIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (organizado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Intercom, São Paulo), 331-351. 1997

ANDRADE, Marisa Soares de; SIMÕES, Maria Izabel. **Dicionário de mitologia greco-romana**. São Paulo: Abril Cultural, 1973. 196-197

ARRUDA, Angela. IN SÁ, Celso Pereira (Org). **Memória, Imaginário e Representações Sociais**. Museu da República: Rio de Janeiro. 2005

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica – As técnicas do Jornalismo**. Volume 2. 5ed. São Paulo: Ática, 1990.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7 ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BANDERA, Luiz Alberto Moniz. **América Latina o Sudamérica?**. Clarín. 16/05/2005

BARBOSA, Livia. IN GOMES, Laura Graziela. BARBOSA, Livia. DRUMMOND, José Augusto (Orgs). **O Brasil não é para principiantes – Carnavais, malandros e heróis, 20 anos depois**. 1. Ed. São Paulo: FGV, 2000.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 2. ed. São Paulo: Edições 70 Ltda. 2011.

BARTHES, Roland. **Essais Critiques**. Paris: Éditions De Seuil, 1964.

BENÍTEZ-DÍAZ, María Elvira. **Posições Políticas – A exuberante fama do país sensual esconde em seus bastidores desigualdades de raça, classe e gênero**. IN VÁRIOS. Revista de História. Rio de Janeiro. Nº 93. Ano 8. Biblioteca Nacional. 2013

BELTRÃO, Luiz. **A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário**. São Paulo: FolcoMasucci, 1969.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980

BELTRÃO, Luiz. **Teoria Geral da Comunicação**. Brasília:Thesaurus Editora,1982

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 7. Ed.Petrópolis, RJ: Vozes,1987

BERGER, C. **A pesquisa em comunicação na América Latina**. IN. HOHLFELDT, A; MARTINO, L.C. e FRANÇA, VV. (Org) Teorias da Comunicação. Petrópolis: vozes, 2001

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. 10.ed. São Paulo: Malheiros, 1994

BREED, W.**Controle social na redação. Uma análise funcional**. In:TRAQUINA, Nelson,Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa:Vega, 1993

BURKE, Peter. **Unidade e variedade na história cultural**. IN. Burke, P. Variedades de história cultural. 3 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

CAMPOS, Flávio de. DOLHNIKOFF, Miriam (Orgs). **Manual do Candidato – História do Brasil**. 2 ed. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão (Funag), 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 7. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008

CANCLINI, NéstorGarcía.**A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

CARDOSO, Sérgio. **Olhar viajante (do etnólogo)**. IN. NOVAES, Adauto. O Olhar. 2ed.São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 3. ed.Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CASSIRER, Ernst. **O Mito do Estado**. Zahar Editores: Rio de Janeiro,1976

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. IN GOMES, Laura Graziela. BARBOSA, Lívia. DRUMMOND, José Augusto (Orgs). **O Brasil não é para**

**principiantes – Carnavais, malandros e heróis, 20 anos depois.** 1. Ed. São Paulo: FGV, 2000.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil – Mito fundador e sociedade autoritária.** 7 ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CHIAVENATTO, Júlio José. **Genocídio americano: A Guerra do Paraguai.** 11 ed. São Paulo: Brasiliense. 1979

CRATO, Nuno. **Comunicação Social – A Imprensa.** Lisboa: Editorial Presença, 1992

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis – Para uma sociologia do dilema brasileiro.** Rocco: Rio de Janeiro, 1997

DeGEORGE, W. F. **Conceptualization and measurement of audience agenda.** *Mass Communication Review Yearbook* .Beverly Hills: Sage, 1981.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção.** XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, 2001, Campo Grande, MS

DIAMOND, Larry; HARLYN, Jonathan; LINS, Juan J.; LIPSET, Seymour Martin. **Democracy in Developing Countries – Latin America.** 1 ed. London: Linne Rienner Publishers, 1999.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2012

FERNANDES, Florestan. **Apontamentos sobre os Problemas da Indução na Sociologia.** São Paulo: Secção de Publicações, 1954

FERREIRA, Olavo Leonel. **500 Anos de História do Brasil.** 1. ed. Brasília, DF: Senado, 2005.

FREIRE, Paulo. **O compromisso profissional com a sociedade.** In: Educação e Mudança. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** 3ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLICK, Uwe. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLICK, Uwe. **Triangulation Revisited. Strategy of or Alternative to Validation of Qualitative Data.** *Journal for the Theory of Social Behavior*. v. 22, 1992, p. 175-197.

GIRALDI, Renata. **Instintos primitivos: o humor nos tempos do mensalão.** Fatos inusitados e irônicos que ganharam destaque na editoria de política dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo. 142 f. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, 2008.

GITLIN, T. **The whole world is watching: mass media and the making and unmaking of the new left.** Berkeley: University of California, 1980.

GOLDING, P.; ELLIOTT, P. **Making the news.** Londres: Longman, 1979.

GOMES, Laura Graziela. BARBOSA, Lívia. DRUMMOND, José Augusto (Orgs). **O Brasil não é para principiantes – Carnavais, malandros e heróis, 20 anos depois.** 1. Ed. São Paulo: FGV, 2000.

HERMAN, Edward S. CHOMSKY, Noam. **A Manipulação do Público: Política e poder econômico no uso da mídia.** São Paulo: Futura, 2003

HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil.** 10 ed.. Rio de Janeiro: J.Olympio, 1976.

KUCINSKI, Bernardo. **Abertura, a história de uma crise.** São Paulo: Câmara Brasileira do Livro. 1982

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo – Norte e Sul.** São Paulo: Edusp. 2002

GUIMARÃES, Marina. In **Estado de S. Paulo.** 18/02/2014 p.A8

IANNI, Octavio. **As ciências sociais na época da globalização.** 1998. Disponível em:  
<http://www.globalizacion.org/biblioteca/IanniCienciasSocialesGlobalizacion.htm> IN  
Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol 13 número 37 pp33-41 junho/1998.  
Acesso em 18/11/2011

IORIO, Sharon Hartin. **Qualitative research in journalism. Taking it to the streets.** New Jersey, LEA, 2004.

JEDLOWSKI, Paolo. IN SÁ, Celso Pereira (Org). **Memória, Imaginário e Representações Sociais.** Museu da República: Rio de Janeiro. 2005

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca.** São Paulo: Contexto. 2008

JORGE, Thaís de Mendonça. **Mutação no Jornalismo: Como a notícia chega à internet.** UnB: Brasília, 2013

LAGE, Newton. **Controle da opinião pública: um ensaio sobre a verdade conveniente.** Petrópolis: Vozes, 1998.

LAMBERT, Jacques. **América Latina.** 4 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública.** Petrópolis: Vozes, 2008

LOZANO, J. C. et al. **La información internacional em la prensa latinoamericana.** Comunicação apresentada ao GT de Estudos de Jornalismo no Congresso da ALAIC - Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação, no Recife, Brasil, em Setembro de 1998.

MALDONADO, Alberto Efendy. IN. MELO, José Marques. GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Pensamento Comunicacional Latino-Americano.** São Paulo: Universidade Metodista, 2004

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político.** 1 ed. São Paulo: Contexto, 2005. Comunicação Pública.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia.** São Paulo: EPU, 1974

MEDINA, Cremilda. Colóquio Internacional Mudanças Estruturais no Jornalismo, promovido pela Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília. Em palestra proferida em Brasília em 25/04/2011.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível.** São Paulo: Editora Ática, 1990

MEDINA, Cremilda. **Profissão Jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense, 1982

MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis, Vozes, 1985

MELO, José Marques. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. São Paulo. Mantiqueira, 2003

MELO, José Marques. **Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas**. INTERCOM – Ver. Bras.Com., São Paulo, ano XIV, nº65, julho/dezembro 1991.

MELO, José Marques. **Comunicação: Teoria e Política**. São Paulo: Summus, 1985

MELO, José Marques & ASSIS, Francisco de. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. S. Bernardo do Campo: UMESP, 2010

MINOIS, Georges. **História do Riso e do Escárnio**. 1 ed. São Paulo: Unesp, 2003.

MORAES, João Quartim de. **Liberalismo e Ditadura no Cone Sul**. 3 ed. Campinas: Unicamp, Instituto de filosofia e Ciências Humanas, 2001.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 1969

MOTA, Carlos Guilherme (Org). **Brasil em Perspectiva**. 10 ed. Rio de Janeiro: Difel, 1978

MOTA, Carlos Guilherme. **Ideologia da Cultura Brasileira**. 3.ed. São Paulo: Ática, 1977

MOTTA, Luiz Gonzaga. **O sentido histórico do termo "a produção da notícia"**. Carta circular no 2 enviada aos membros do GT "a produção da notícia". Observação: o GT ainda não foi criado na Compós. Brasília, outubro de 1995. Mimeo

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Imprensa e Poder**. Brasília: Editora UnB, 2002

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Notícias do Fantástico**. São Leopoldo RS: Unisinos, 2006

NETTO, Samuel Pfromm. **Comunicação de Massa**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1972

NOBLAT, RICARDO. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002

NOELLE-NEUMANN, Elizabeth. **The spiral of silence – our social skin**. Chicago. University of Chicago Press, 1984.

OSTROWER, Fagga. **A construção do olhar**. IN. NOVAES, Adauto. **O Olhar**. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **O olhar estrangeiro**. IN. NOVAES, Adauto. **O Olhar**. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006

PEREIRA, Fábio Henrique. **Os jornalistas intelectuais no Brasil. Identidade, prática e transformações sociais**. 2008. Brasília, UNB.

PESSANHA, José Américo Pessanha. **Bachelard e Monet: o olho e a mão**. IN. NOVAES, Adauto. **O Olhar**. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias – Linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis (SC): Insular, 2005

QUINTÃO, Aylê-Salassiê Filgueiras. **Americanidade MERCOSUL: Passaporte para a Integração**. 1 ed. Brasília, DF: Senado, 2010

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo. Ática, 1987

RAMOS, Antonio R. **La Independencia Del Paraguay y El Imperio del Brasil**. Rio de Janeiro: Departamento de Imprensa Nacional, 1976

REESE, J.W. **Strategy and issue frames in election campaign coverage: a social cognitive account of framing effects**. *Journal of Communication*, p. 26-48, Summer, 1997

REIS, Daniel Aarão. RIDENTI, Marcelo. MOTTA, Rodrigo Patto Sá (Orgs). **O golpe e a ditadura militar – 40 anos depois (1964-2004)**. Bauro – SP: Edusc, 2004

RICUPERO, Bernardo. **Sete lições sobre as interpretações do Brasil**. 2 ed. São Paulo: Alameda, 2008

RICUPERO, Rubens. **Visões do Brasil – Ensaio sobre a história e a inserção internacional do Brasil**. Rio de Janeiro: Record. 1995

ROCHA, Andreza André da. **Brazil on the Screen – A Study on Cultural Stereotypes, Hegemony and Global Communication Flows**. 1ed. Saarbrücken, Deutschland: VDM Verlag, 2011.

SÁ, Celso Pereira (Org). **Memória, Imaginário e Representações Sociais**. Museu da República: Rio de Janeiro. 2005

SCHEUFELE, D.A. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. D'ARAUJO, Maria Celina (Orgs). **21 Anos de Regime Militar**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. 1994

SODRÉ, Muniz. FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre narrativa jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1986

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2003

SREBERNY-MOHAMMADI, A. (1990) - **The "world of the news"**. In L. J. Martin e R. E. Hiebert (Eds.) - **Current Issues in International Communication**. New York: Longman, 8-17.

STEINBERGER, Born-EliasMargarethe. **Discursos geopolíticos da mídia. Jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. 1. ed. São Paulo: Fapesp; Educ; Cortez Editora, 2005

STEINBERGER, Born-EliasMargarethe. **Jornalismo e imaginário internacional sobre o MERCOSUL**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. II, nº 2, 2005

STEVENSON, R. L. e COLE, R. **Issues in foreign news**. In R. L. Stevenson e D. L. Shaw (Eds.) - **Foreign News and the New World Information Order**. Ames: The Iowa State University Press, 5-20. 1984

STEVENSON, R. L. e COLE, R. **Patterns of foreign news**. In R. L. Stevenson e D. L. Shaw (Eds.) - **Foreign News and the New World Information Order**. Ames: The Iowa State University Press, 37-62. 1984

STEVENSON, R. L. e COLE, R. **Cultural meaning in foreign news.** In R. L. Stevenson e D. L. Shaw (Eds.) - News and the New World Information Order. Ames: The Iowa State University Press, 98-105.1984

STRAUSS, Claude Lévi. **Mito e Significado.** Lisboa: Edições 70, 1978

TRAQUINA, Nelson (Org). **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”.** 1 ed. Lisboa: Veja, 1993

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são.** V1. Florianópolis: Insular, 2005

TRAQUINA, Nelson. **O que é Jornalismo?.** Lisboa: Quimera, 2002

TUCHMAN, Gaye. **La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas.** CIC – Cuadernos de Información y Comunicación, 1978

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa na educação.** São Paulo: Atlas, 1987

VALENÇA, Márcio M. IN. LIMA, Maria Érica & Outros (Org.). **Teorias da Mídia e Audiovisual na América Latina.** Jaboticabal-SP: Funep, 2010

VAN, Theo Leeuwen. **Introducing Social Semiotics - Handbook of Visual Analysis.** London: Sage, 2002

VÁRIOS. **Manual da Redação da Folha de S. Paulo.** São Paulo: Ed. PubliFolha, 2013

VÁRIOS, UNESCO. **Um Mundo e Muitas Vozes. Comunicação e Informação na Nossa Época.** 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 1983

VÁRIOS. Revista. **Todos os Presidentes do Brasil.** Vol.I. São Paulo: Minuano, 2012.

VÁRIOS. **AMÉRICA LATINA: HISTÓRIA.** ENCICLOPÉDIA DELTA UNIVERSAL (VOLUME1) (1982). SÃO PAULO.

WHITE, David M. **O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias.** In: TRAQUINA, N. Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação**. Editorial Presença: Lisboa, 2001

## REFERÊNCIAS ONLINE

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo em tempos de mudanças estruturais**. 2011. Acesso em 05/06/2012.

<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208/12362>

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O lugar do jornalismo na Comunicação**. 2006. Acesso em 10/11/2012

<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/O-lugar-do-jornalismo-na-comunica%C3%A7%C3%A3.pdf>

ADGHIRNI, Zélia Leal. GIRALDI, Renata. **O humor como gênero jornalístico na opinião ilustrada**. 2012. Acesso em 12/11/2012

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2695-1.pdf>

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo entre a informação e a comunicação: como as assessorias de imprensa agendam a mídia**. 2005. Acesso em 12/03/2013

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/adghirni-zelia-jornalismo-informacao-comunicacao.pdf>

ADGHIRNI, Zélia Leal. RUELLAN, Denis. **O Jornalismo como invenção permanente: novas práticas, novos atores**. 2009. Acesso em 25/05/ 2014

[http://surlejournalisme.com/?page\\_id=1205](http://surlejournalisme.com/?page_id=1205)

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La Construcción de La noticia**. Paidós, Barcelona, 1989

<http://migraciones.ugr.es/omecia/pages/seminarios/textos/MRodrigo%20Paid%C3%B3s%201989.pdf> Acesso em 15/03/2014

BIROLI, Flávia. **Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico**. [HTTP://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a04.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a04.pdf) Acesso em 14/07/2013

CANAVILHAS, João Messias. **A Internet como Memória**. [WWW.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

Acesso em 13/03/2014

CANAVILHAS, João Messias. **Texto inteligente, qualidade quase zero**.

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-texto-inteligente-qualidade-zero.pdf>

Acesso em 03/04/2012

COGGIOLA, Osvaldo. **A agonia da tradição crítica brasileira e latino-americana.**

Disponível em:

<http://www.unicamp.br/cemarx/criticamarxista/critica20-A-coggiola.pdf>.

Acesso em 18/11/2011

COMÉRCIO, Ministério da Indústria, Desenvolvimento Econômico e.

<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=2081>

Acesso em 23/03/2014

FERNANDES, Mario Luiz. **A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade.** Disponível em:

<http://tccunibrasil.files.wordpress.com/2010/06/a-forca-da-noticia-local.pdf>

Acesso em 23/02/2014

GIRALDI, Renata. <http://www.ebc.com.br/2012/11/de-cada-cem-crimes-cometidos-no-mexico-apenas-1-e-investigado-diz-comissao> Acesso em 25/11/2012

GIRALDI, Renata. <http://www.esmaelmorais.com.br/2012/06/lugo-diz-que-houve-golpe-de-estado-e-que-foi-vitima-de-acao-organizada/> Acesso em 25/11/2012

GIRALDI, Renata. <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2012-07-31/depois-da-venezuela-bolivia-e-equador-negociam-integracao-ao-MERCOSUL> Acesso em 25/11/2012

GUEDES, Nicoli Glória de Tassis. **Jornalismo e Construção Social da Realidade: Uma reflexão sobre os desafios da produção jornalística contemporânea.** <http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=36379>

Acesso em 05/03/2014

KARAM, Francisco. <http://posjor.ufsc.br/files/2012/01/projeto.francisco-KARAM.pdf>

KINZO, Maria D'Alva G. **A democratização brasileira – um balanço do processo político desde a transição** [http://www.scielo.br/scielo.php?scrip+sci\\_atte&pid=S0102-88392001000400002](http://www.scielo.br/scielo.php?scrip+sci_atte&pid=S0102-88392001000400002) Acesso em 14/07/ 2013

IANNI, Octávio. **O Príncipe eletrônico.** In. Encontro Anual da ANPOCS, 21, 1998, Caxambu. [Anais...] [biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/anpocs/ianni.rtf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/anpocs/ianni.rtf) Acesso em 15/03/2014

LADEVESE, LuisNuñez. IN. ROMERO, Lourdes. **Espejos Del papel de La realidade periodisca**

<http://books.google.com.br/books?id=T9tIHrC4SvAC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=luis+nunez+ladeveze>manual&source=bl&ots=xIMBwDhu38&sig=NAbCFf6YThPwcliNuBA77BgcdjM&hl=pt-BR&sa=X&ei=kGvhUtqkCbTLsASb7YG4Bg&ved=0CDsQ6AEwAjgo#v=onepage&q&f=false> Acesso em 23/01/2014

LAGE, Nilson. A **Bolha Ideológica e o Destino do Jornalismo**. [http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu\\_n3\\_Nilson.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n3_Nilson.pdf)

Acesso em 30/12/2013

LEAL, Plínio Marcos Volponi. **Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso**

[http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/SC\\_jp-plinio.pdf](http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/SC_jp-plinio.pdf)

Acesso em 15/07/2013

LJUIM, Jorge Kanehide. **A Responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire**. In. Em Questão, Porto Alegre, v. 15, n.2, 2009

MANDUJANO, Víctor M. y MAUREEN, Lennon Z. **Los 180 años del diario em español más antiguo**. 04/10/2007

[http://www.gda.com/consulta\\_noticias.php?idArticulo=422215](http://www.gda.com/consulta_noticias.php?idArticulo=422215)

Mapa econômico da América Latina <http://www.google.com.br/imgres?hl=pt-> Acesso em 18/09/2012

Mapa mundi [http://www.allposters.com.br/-sp/Mapa-Politico-Mundial-Estilo-Decorador-posters\\_i1656741\\_.htm](http://www.allposters.com.br/-sp/Mapa-Politico-Mundial-Estilo-Decorador-posters_i1656741_.htm) Acesso em 18/09/2012

Mapa físico da América Latina <http://www.guiageo-mapas.com/globos/americasul.htm> Acesso em 18/09/2012

Mapa político da América Latina

[http://www.vmapas.com/America/Mapa\\_Politico\\_America\\_do\\_Sul.jpg/maps-pt.html?map\\_viewMap=1](http://www.vmapas.com/America/Mapa_Politico_America_do_Sul.jpg/maps-pt.html?map_viewMap=1) Acesso em 18/09/2012

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em [http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise de conteudo moraes.html](http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html)

NAGEL, Ernest. **The Structure of Science**. Nova Iorque, Harcourt, Brace & World, 1961 IN:

NEUMANN-NOELLE, Elizabeth. **La espiral del silencio – Opinión pública nuestrapiel social**. 1983.

[http://capacitacion.ielfd.org.mx/moodle/seminario/lecturas/sesion2/La\\_espiral\\_del\\_silencio.pdf](http://capacitacion.ielfd.org.mx/moodle/seminario/lecturas/sesion2/La_espiral_del_silencio.pdf)

PADILHA, Sonia. **A Construção do Webjornalismo na Construção da Sociedade do Conhecimento**[WWW.bocc.ubi.pt](http://WWW.bocc.ubi.pt)

Acesso 10/03/2014

PALACIOS, Ariel; In. Agência Estado.

<http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,governo-argentino-inicia-divisao-do-grupo-clarin,1091918,0.htm> Acesso 12/01/2014

PEDROSO, Dafne; COUTINHO, Lúcia; SANTI, Vilson Jr (Orgs). **Comunicação Midiática Matizes, Representações e Reconfigurações**. PUC-RS: Porto Alegre. 2011

<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/comunicacaomidiatica.pdf> Acesso 25/06/2013

PEREIRA, Fábio Henrique. **O agendamento da mídia online e o tratamento dispensado à cobertura da temática latino-americana no CorreioWeb**. 2003.

Acesso em 05/01/2012 <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-agendamento-correio-web.pdf>

PEREIRA, Fábio Henrique. LACERDA, Ana Guerreiro. SANTOS, Michelle Mattos dos. **As rotinas produtivas na cobertura jornalística da Presidência no Brasil**. 2005. Acesso em 06/09/2013

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-henrique-rotinas-produtivas.pdf>

PEREIRA, Fábio Henrique. **O jornalista on-line: um novo status profissional?** 2003.

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf> Acesso: 08/09/2013

PORTO, Mauro P. **Muito Além da Informação: mídia, cidadania e o dilema democrático**. 1998 [http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04\\_03pdf](http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v12n04/v12n04_03pdf) Acesso em 16/07/2013

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as ciências na transição para uma ciência pós-moderna**. São Paulo; 1988. Disponível em

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141988000200007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141988000200007).

Acesso em 18/11/2011

SCHMITZ, Aldo Antonio. Fontes de Notícias – Ações e Estratégias das Fontes de Jornalismo. 2011. Disponível em

[http://www.faculdadeparque.com.br/ebooks/Fontes\\_noticias.pdf](http://www.faculdadeparque.com.br/ebooks/Fontes_noticias.pdf) Acesso 29/12/2013

SHOEMACKER, Pamela. *Gatekeeping* Theory. Disponível em

<http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=R2sqByhO5rQC&oi=fnd&pg=PP1&dq=pamela+shoemaker+gatekeeping&ots=aXrvNxVOI3&sig=KaDWV7Nn9il4GLimbOzWczx9zLI#v=onepage&q=pamela%20shoemaker%20gatekeeping&f=false> Acesso em 18/01/2014

SOUSA, Jorge Pedro. **A Informação Internacional na Imprensa Ibero-Americana - Uma visão portuguesa**. 1998. Disponível em

<http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-duas-semanas.html> Acesso em 18/09/2012

STRELOW, Aline. Análise Global de Processos Jornalísticos: uma proposta metodológica. 2010 <http://www.pucrs.br/edipucrs/analiseglobal.pdf>

Acesso em 16/03/2014

VÁRIOS. Atlas Geográfico Brasileiro. 2010. Disponível em

<http://www.ibge.gov.br/home/> Acesso em 20/11/2012

VAZ, Ticyane Viana. **Gênero Utilitário: a presença nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo** Disponível em

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0204-1.pdf>

Acesso em 18/09/2012.

VÁRIOS. (2011)

[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=2019&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2019&id_pagina=1) Acesso em 25/11/2012.

[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1766](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1766) Acesso em 25/11/2012.

[www.clarin.com.ar](http://www.clarin.com.ar) Acesso em 14/12/2012.

[www.elmercurio.com.cl](http://www.elmercurio.com.cl) Acesso em 14/12/2012

VÁRIOS.

Portal Público de Notícias Argentina <http://www.argentina.ar> Acesso em 15/07/2012

Portal do *El País* <http://servicios.elpais.com.uy//paginas/columnistas/trayectoria.asp>  
31/03/2013. Acesso 16/07/2013

VÁRIOS.

Portal Público de Notícias do *El País*

[http://historico.elpais.com.uy/especiales/2007/MUVA/d\\_scheck.asp](http://historico.elpais.com.uy/especiales/2007/MUVA/d_scheck.asp)

31/03/2013. Acesso 12/01/2014

## APÊNDICES

### APÊNDICE 1

#### **Transcrição da entrevista Manuel Martínez –**

**Entrevistado:** Manuel Martínez, correspondente da Rádio Espectador do Uruguay no Brasil desde 2009. Mora em Brasília e viaja eventualmente pelo Brasil por determinação da rádio para reportagens especiais. É presidente da Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília.

**Data da entrevista:** 22 de fevereiro de 2014 – por telefone (por opção do entrevistado)

#### **Pesquisadora: Por favor, conte um pouco da sua trajetória profissional, inclusive o porquê de dominar tão bem o espanhol.**

MM: Primeiro gostaria de fazer uma correção: não é espanhol, é castelhano. O dialeto é de Castelo, mas por uma questão de política da Espanha convencionou-se espanhol. Desculpe-me o preciosismo, mas para nós é importante essa ressalva. Nasci em El Salvador e vim ainda criança para o Brasil, para Belo Horizonte, com a minha família. Daí a razão de dominar o idioma. Desde cedo queria trabalhar com estratégia de comunicação social e, inicialmente, fiz propaganda e marketing, depois ingressei na faculdade de jornalismo. Trabalhei em vários veículos de imprensa, da imprensa mineira, como o Hoje em Dia e a Veja Belo Horizonte, também passei pela CBN, a Federação do Comércio e lecionei em faculdades privadas em Brasília. Acabei sendo convidado para trabalhar para a Notimex [agência pública de notícias], do México, onde fiquei um bom período, depois a Xinhua, da China, com serviço em espanhol, convidou-me, em seguida a EFE [agência espanhola de notícias], da Espanha, fez um convite e fiquei lá de 2001 a 2005. Morei na China, mas passei por vários países. Na verdade o interesse pela área internacional sempre fez parte da minha vida. Pela Xinhua [agência estatal de notícias], vivi na China como correspondente, uma experiência única.

**P: Você também coordena a Associação de Correspondentes Internacionais em Brasília.**

**MM:** É a segunda vez que ocupo a presidência da associação. A primeira foi no período de 2002 a 2003 e agora, nesta etapa de 2013 a 2014. A associação reúne 22 jornalistas lotados em Brasília representando 12 veículos diferentes. Mas no Brasil, calculo que sejam em torno de mais de 300 profissionais, entre correspondentes, *freelance* e colunistas, de pelo menos 60 veículos. Em São Paulo, está a maior parte. Depois, vem o Rio e, em seguida, Brasília. Com a associação, tentamos organizar entrevistas e matérias especiais, mas nem sempre isso é fácil. Por sinal, está cada vez mais difícil.

**P: Onde trabalha atualmente? Que tipos de matérias sobre o Brasil interessam ao veículo onde está?**

**MM:** Desde 2009, trabalho na Rádio Espectador do Uruguay. Mas com a experiência de ter passado por vários veículos estrangeiros, como correspondente, posso dizer que tudo sobre o Brasil interessa. O problema é que o Brasil continua de costas para o mundo. O estereótipo ainda predomina e muito. Por exemplo, é pedida uma matéria especial sobre Carnaval no Brasil. Aí, você, como correspondente, propõe fazer algo diferente: mostrar que no Brasil há vários de Carnaval – o de Recife e Olinda, o de Salvador, das cidades históricas de Minas Gerais, o de Manaus e assim vai... Só que os editores estrangeiros querem apenas o “Carnaval do Rio” com as chamadas famosas escolas de samba, as mulheres seminuas e tudo mais. Fica difícil lutar contra isso. Aí, por falta de estrutura, de dinheiro, o jornalista acaba optando pelo “feijão com arroz” e fazendo o que pedem, reforçando o estereótipo e o clichê que existem sobre o Brasil, infelizmente.

**P: É procurado por veículos para trabalhos como *free-lancer*? O que oferecem e o que querem de trabalho? É possível viver de *freelas* (internacionais) hoje no Brasil?**

**MM:** Nos anos 60, 70 e até 80 era possível sobreviver com trabalhos como *freelancer*. Mas nos anos 90, as coisas começaram a se complicar, pois surgiram os acordos trabalhistas e suas exigências. Hoje é comum contratarem um *freela* por US\$ 100 a matéria. Isso é impraticável! Só o gasto que se tem com transporte, telefone e internet já

supera esse valor. Mas ainda há muita gente sem escrúpulos que se dispõe a pegar mil trabalhos temporários e faz tudo de qualquer maneira, é o que a gente classifica como *picareta*: o sujeito não apura nada, copia de agências e jornais reconhecidos e assim vai. Mas também há os muito jovens que se submetem a um trabalho insano para ganhar quase nada. Com o tempo adoecem e...só o futuro sabe o que pode acontecer. Recentemente uma emissora de TV, do Irã, queria contratar um *freelano* Brasil, mas o oferecido era insuficiente. Isso é comum.

**P: Quais são as principais dificuldades que os correspondentes estrangeiros encontram na atuação no Brasil, na cobertura no país?**

**MM:** São numerosas as dificuldades e cada vez maiores. Vou aqui listar para você apenas algumas. Há um imenso desconhecimento das fontes e assessores sobre a imprensa estrangeira. Para muitos deles, o que importa é o *New York Times*, a *BBC* ou *The Washington Post*. Eles esquecem que existem outros veículos e vários países envolvidos no processo. Há uma espécie de “embarreamento das fontes”. Em quatro anos de governo, a presidente Dilma Rousseff recebeu apenas uma vez um pequeno grupo de correspondentes estrangeiros. Nada mais. O Brasil não consegue ver que há muitos estrangeiros querendo noticiar o país, mas não há interlocutores oficiais interessados nisso. É como se só interessassem as grifes, alguns veículos estrangeiros. Não interesse nem mesmo de atualizar os contatos da imprensa estrangeira no Brasil. Recentemente, como presidente da associação [de Correspondentes Internacionais em Brasília] consegui uma entrevista coletiva na Embrapa para os correspondentes. Foi ótima. Os colegas estrangeiros ficaram impressionados com o nível de pesquisa desenvolvido no Brasil e com as conquistas. Quer dizer: falta desejo de divulgar o Brasil. No final, tudo acaba pautado pela grande mídia nacional – os jornais, as emissoras de televisão e rádio. É uma pena.

**P: Na sua opinião, as grandes agências de notícias acabam por substituir ou ocupar os espaços que antes era ocupados por repórteres correspondentes ou enviados especiais?**

**MM:** A crise está enorme. Os custos estão elevadíssimos e o padrão de vida no Brasil é um dos mais caros do mundo. Todos os correspondentes reclamam dos aluguéis e do

custo de vida em si: alimentação, colégios e serviços, principalmente porque a maior parte deles tem de ficar em São Paulo, Rio ou Brasília, cidades caras. Há uma clara tendência em substituir os correspondentes pelos jornalistas já contratados pelas agências de notícias, que vendem seu produto. Um exemplo é a Gazeta Russa, que compra o material de todas as agências, mas tem um correspondente aqui em Brasília. O enviado especial é uma outra figura bem diferente do correspondente. O correspondente conhece a realidade do local em que está, tem acesso às pessoas, lida bem com o idioma e os costumes. O enviado especial é o profissional que vai para um determinado país com uma missão específica e nem sempre tem familiaridade com a cultura, a língua e os hábitos. Isso deve ser considerado também.

**P: Pela sua experiência, a tendência é que cada vez mais agências “façam o trabalho” dos correspondentes e enviados especiais?**

**MM:**Infelizmente com as dificuldades atuais, de custos e manutenção, temo que isso possa ocorrer. Atualmente há uma tendência de um correr atrás do outro e não produzir o diferencial. Falta o tempo e os recursos necessários para produzir o jornalismo com densidade e profundidade.

## APÊNDICE 2

–Transcrição da entrevista de Marcia Carmo –

**Entrevistada:** Marcia Carmo, editora do Clarín em português e correspondente da BBC Brasil em Buenos Aires, na Argentina – enviada para missões em países sul-americanas pelos dois órgãos em ocasiões específicas

**Data da entrevista:** 02 de março de 2014 – por e-mail

**Pesquisadora:** Por favor, conte um pouco da sua trajetória profissional, inclusive como chegou a correspondente do Brasil na Argentina. Há quanto tempo vive como jornalista estrangeira na Argentina?

**Marcia Carmo:** Eu era repórter do Jornal do Brasil em Brasília, e estava na cobertura do Palácio do Planalto, quando o jornal O Globo me chamou para cobrir Portugal, Espanha e Itália. O JB então me fez uma outra proposta, que foi a de ser correspondente para América Latina. Fiquei com essa oportunidade. Me mudei pra cá em 1995 e fiquei até 1998 quando voltei para ser colunista do Informe JB, no mesmo jornal, morando no Rio. Dois anos depois achei que meu melhor destino era ser correspondente e voltei pra Buenos Aires, onde estou desde então. Primeiro como *freelancer* de vários jornais, sites, revistas, TV. E depois fui contratada pela BBCBrasil e passei a fazer a cobertura da América do Sul. Nesse período, a necessidade que senti de contar melhor como são os países vizinhos me levaram a escrever um livro sobre a América do Sul, outro sobre os argentinos em co-autoria com a amiga Monica Yanakiew, da TV Brasil, e um guia de Buenos Aires, em co-autoria com a amiga Claudia Trevisan, hoje correspondente do Estadão em Washington. Ser correspondente, na minha opinião, é ter a liberdade de fazer várias coberturas sobre diferentes assuntos - de política a economia, futebol, cinema, entre outros - e organizar os tempos para os projetos além das matérias.

**P:** Como correspondente do Brasil na Argentina, percebe algum tipo de tratamento diferenciado por ser brasileira? Discriminação ou restrições? Houve alguma situação específica?

**MC:** O brasileiro costuma ter portas abertas aqui nas diferentes esferas do país. Mas aqui não é questão de nacionalidade, mas de que as autoridades queiram falar sobre os temas.

**P: Onde trabalha atualmente? Ao lidar com os colegas jornalistas argentinos, o que observa que mais interessa sobre o Brasil para os veículos que trabalham?**

Eu fui presidente da Associação dos Correspondentes Estrangeiros aqui durante três anos. Éramos mais de cem jornalistas de mais de vinte países e o interesse pelo Brasil era e é imenso. Cada vez que veio alguma autoridade brasileira, naquele período (2006-2007-2008), e a levamos para ser entrevistada na associação a sala ficava lotada. Na verdade, já sabendo disso escolhíamos salões maiores para que entrassem todos. Hoje, muitos dos colegas estrangeiros que moravam aqui se mudaram para o Brasil. Colegas italianos, americanos, indianos, entre outros. O interesse pelo Brasil é crescente na mídia internacional. No caso dos argentinos, quase tudo relacionado ao Brasil desperta interesse - comércio bilateral, a economia brasileira em si, futebol, política - praticamente todas as medidas da presidente Dilma Rousseff - , praias, cultura. O Brasil é visto como a potência que deve ser acompanhada de perto. E entre eles, argentinos, ao contrário do que muitos pensam, a admiração deles pelo Brasil é visível nos textos. Eles acham que a Argentina deveria seguir o exemplo do Brasil - por exemplo, na estabilidade econômica e na continuidade de medidas políticas. Buenos Aires mantém índice de qualidade de vida superior aos das nossas cidades e os índices sociais argentinos em geral costumam ser mais igualitários que os do Brasil. Mas para os argentinos o Brasil tem um norte enquanto aqui cada governo que chega quer recomeçar com medidas novas, esquecendo as do governo anterior, reinventando tudo.

**P: É procurada por veículos para trabalhos como free-lancer? O que oferecem e o que querem de trabalho?**

**MC:** Atualmente, escrevo sobre a Argentina, Chile, Paraguai, Bolívia e Uruguai para a BBCBrasil. Mas há cerca de seis meses, simultaneamente, passei a editar o site do Clarín em Português - que é voltado para o público brasileiro. Ligam mais do Brasil do que daqui oferecendo free-lancer e geralmente para matérias específicas. Por exemplo, entrevistei o Ricardo Darín para a revista Alfa e a Playboy sugeriu que eu o entrevistasse para a publicação. Mas não pude fazer por estar com os dois trabalhos atuais.

**P: Na sua opinião, as grandes agências de notícias acabam por substituir ou ocupar os espaços que antes era ocupados por repórteres correspondentes ou enviados especiais?**

**MC:** Acho que não. Acho que não há nada como um olhar brasileiro - ou de outra nacionalidade - para realizar uma cobertura para seu próprio país. As agências cumprem papel fundamental pela rapidez da notícia e ultimamente passaram a realizar reportagens que podem interessar muito além do *hardnews*. Um exemplo, na semana passada, a Bloomberg publicou uma ampla reportagem sobre o líder do tráfico de drogas preso no México, contando o comportamento das pessoas do bairro dele e de outros pontos do país condenando ou aprovando a prisão. Uma matéria típica de um jornal ou revista, com riqueza de detalhes como as lágrimas de seus seguidores. Mas sempre haverá espaço para o repórter que chega e procura os vínculos na reportagem com seu próprio país - e conseqüentemente sua audiência. Chegar e encontrar uma história brasileira em qualquer lugar torna a notícia mais próxima, mais interessante e menos "internacional". E esse papel é o de um correspondente e não necessariamente da agência de notícias.

**P:** **Pela sua experiência, a tendência é que cada vez mais agências “façam o trabalho” dos correspondentes e enviados especiais?**

**MC:** Hoje é comum que alguns veículos não enviem correspondentes para determinadas coberturas, já que o trabalho será feito pelas agências. Viagens que no passado eram típicas para correspondentes agora são das agências. No entanto, para citar dois exemplos, quando a Bolívia entrou em crise com o Brasil, vários correspondentes e enviados especiais praticamente moraram em La Paz durante alguns meses. Foi o meu caso. Outro exemplo são as viagens presidenciais. Mesmo com as agências, as redações costumam enviar correspondentes ou enviados especiais para a cobertura. Em outras situações, tudo depende também do veículo. No caso das televisões, mesmo com as agências também enviando imagens de situações, como por exemplo, destes dias de instabilidade na Venezuela, o correspondente irá pelo menos uma vez ao local - para ter o que chamamos de "cor local" ou "realidade local". É quando podemos ouvir as pessoas no local, entrevistar autoridades e definir o que está ocorrendo além do que dizem as agências. O chamado - e essencial - diferencial. E ele "o diferencial" é cada vez mais importante já que como com as agências, todos têm "tudo", como falamos entre os colegas, o diferente, o que tiver link com o Brasil, é o que será mais valorizado pelo leitor, ouvinte ou telespectador. O que ocorreu é que o trabalho de correspondente também mudou. Ele pode escrever, gravar reportagens para o rádio e para a TV. Trabalha mais? Talvez. Mas antes não havia a tecnologia que existe hoje. Acabou a era

de acumular jornais em casa para fazer arquivos, por exemplo. E é uma mudança na vida do correspondente - e na profissão - que está em um movimento constante.

## APÊNDICE 3

### **Transcrição da entrevista Marina Guimarães –**

**Entrevistada:** Marina Guimarães, correspondente da Agência Estado em Buenos Aires, na Argentina, e enviada para viagens a países sul-americanos em situações específicas.

**Data da entrevista:** 27 de fevereiro de 2014 - por e-mail

**Pesquisadora:** Por favor, conte um pouco da sua trajetória profissional, inclusive como chegou a correspondente do Brasil na Argentina. Há quanto tempo vive como jornalista estrangeira na Argentina?

**Marina Guimarães:** Cheguei à Buenos Aires em 1996 e fui a primeira correspondente de uma emissora de TV brasileira na Argentina a instalar-se no país. Foi uma mistura de oportunidade e acaso. Estava com malas prontas para fazer um curso de extensão de Harvard, sobre Relações Econômicas Internacionais. Naquela ocasião, trabalhava na TV Nacional cobrindo Palácio do Planalto e fui escalada para cobrir uma viagem presidencial de Fernando Henrique Cardoso aos países vizinhos: Chile, Argentina, Uruguai e Paraguai. Seria minha derradeira viagem antes de deixar o trabalho e seguir para Boston. Porém, a Secretaria de Comunicação da Presidência da República fechou um acordo com sua homóloga argentina para intercâmbio de correspondentes das respectivas emissoras públicas com o objetivo de ajudar a promover maior integração entre os sócios do Mercosul. No caso do Brasil, a emissora era a TVE/RJ. Devido à minha especialização no assunto, que sempre me despertou muito interesse, desde a fundação histórica do bloco regional, fui convidada para ser a correspondente. A decisão de mudar os planos foi difícil, mas muito acertada. Promover a integração nunca pode ser ruim e senti que cada reportagem sobre os países sócios era cheia de informações para que os brasileiros pudessem conhecê-los melhor. Acompanhei todas as negociações internacionais do Brasil. Antes da TVE e TV Nacional, trabalhei na TV Record, TV Manchete e TV Brasília, rádio Eldorado, em Brasília, e em emissoras de rádios e TV e jornais de Goiânia, além de assessorias de imprensa no GDF.

**P: Como correspondente do Brasil na Argentina, percebe algum tipo de tratamento diferenciado por ser brasileira? Discriminação ou restrições? Houve alguma situação específica?**

**MG:** De nenhuma forma! Pelo contrário, a imprensa brasileira é muito respeitada na Argentina.

**P: Onde trabalha atualmente? Ao lidar com os colegas jornalistas argentinos, o que observa que mais interessa sobre o Brasil para os veículos que trabalham?**

**MG:** Agência Estado. O interesse da imprensa local é diversificado. Há cobertura sobre política, economia, cultura, música. Há pouca cobertura sobre comportamento e os argentinos costumam pensar que conhecem bem os brasileiros e o Brasil porque vão de férias. É muito comum ouvi-los arrastando o portunhol e achar que sabem falar português.

**P: É procurada por veículos para trabalhos como *free-lancer*? O que oferecem e o que querem de trabalho?**

**MG:** Não, tenho exclusividade com o Grupo Estado. Há enorme oferta de jornalistas brasileiros em Buenos Aires fazendo *free-lancer*. Creio que a demanda corre para o lado destes jornalistas que não tem exclusividade com uma empresa.

**P: Na sua opinião, as grandes agências de notícias acabam por substituir ou ocupar os espaços que antes era ocupados por repórteres correspondentes ou enviados especiais?**

**MG:** É possível, na cobertura do *hardnews* e em países sem tanta importância para o Brasil. Porém, no caso da Argentina, creio que a cobertura especializada e a experiência e do correspondente é um ativo, dificilmente seria substituída pelas grandes agências. Se assim for, considero um erro de gestão empresarial dos meios de comunicação porque a visão e o interesse do Brasil sobre a Argentina não são captados nas reportagens das grandes agências.

**P: Pela sua experiência, a tendência é que cada vez mais agências “façam o trabalho” dos correspondentes e enviados especiais?**

**MG:**É possível, especialmente em outros países de menor relevância para o Brasil. Mas, o correspondente ou o enviado especial marca o diferencial na cobertura, inclusive do *hardnews* - o olhar brasileiro. Argentina é um país relevante para o Brasil, embora tenha crise e esteja passando por momentos decadentes. O número de correspondentes brasileiros aqui, sejam *free-lancer*, sejam contratados, aumenta ano após ano. Quando me instalei no país, somente a TVE estava presente. Hoje, estão a TV Globo, o SBT, a TV Pública e Rede TV. Somente uma emissora de TV, a Bandeirantes, desistiu da Argentina. Os jornais também estão presentes com correspondentes fixos, assim como várias emissoras de rádios, sites, blogs... Se algum gestor decide retirar o correspondente da Argentina, estaria cometendo um erro de estratégia, na minha opinião. Esse país é uma usina de notícias e a maioria repercute na relação bilateral. Todo o discurso de que o Brasil já está em outro patamar e a Argentina ficou para trás, na prática da relação comercial é só discurso. Basta pegar os números da indústria automobilística brasileira: mais de 80% de suas exportações são destinadas ao mercado argentino - e vice-versa.

---