UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JÉSSICA MONTEIRO DE GODOY

A CONSTRUÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES DE IDENTIDADE LATINO-AMERICANA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional

BAURU – SP
2018

JÉSSICA MONTEIRO DE GODOY

A CONSTRUÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES DE IDENTIDADE LATINO-AMERICANA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional

Dissertação apresentada e defendida pela discente Jéssica Monteiro de Godoy ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestra em Comunicação, sob a orientação da Prof.ª Adj.ª Maria Cristina Gobbi.

BAURU - SP

2018

Monteiro de Godoy, Jéssica.
A construção das representações de identidade latino-americana no telejornalismo brasileiro: enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional / Jéssica Monteiro de Godoy, 2018
186p. : il.

Orientador: Prof.ª Dr.ª Maria Cristina Gobbi

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2018

1. Repórter Brasil. 2. Jornal Nacional. 3. Identidade latino-americana. 4. Telejornalismo. 5. TV Brasil. 6. TV Globo. 7. eleições I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE JÉSSICA MONTEIRO DE GODOY, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 29 dias do mês de agosto do ano de 2018, às 09:00 horas, no(a) Sala de reunião dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profª. Drª. MARIA CRISTINA GOBBI - Orientador(a) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao - FAAC - UNESP - Bauru/SP, Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. DENNIS DE OLIVEIRA do(a) Departamento de Jornalismo e Editoração / ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES - USP, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de JÉSSICA MONTEIRO DE GODOY, intitulada **A construção das representações de identidade latino-americana no telejornalismo brasileiro: enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional** . Após a exposição, a discente foi arguida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovada . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

Profª. Drª. MARIA CRISTINA GOBBI

Prof. Dr. ANTONIO FRANCISCO MAGNONI

Prof. Dr. DENNIS DE OLIVEIRA

DEDICATÓRIA

À vida, que apesar dos problemas, é o nosso mais importante empreendimento. Absolutamente tudo faz parte dela, inclusive o mestrado.

A estes dois anos e meio que me transformaram. A dissertação é parte de mim e fruto da minha trajetória até aqui.

Aos oito anos ininterruptos de Unesp. Foram difíceis, necessários, ofereceram-me luz, quando eu somente vislumbrava as sombras na caverna.

Às experiências inesquecíveis que vivenciei no Chile, Argentina e Uruguai, além da docência voluntária na Polônia, foram imprescindíveis para que eu chegasse onde estou hoje.

À educação e aos educadores que tive, foram libertadores no todo. Fizeram-me descobrir que sou tantas versões e que todas elas são parte de mim e de como me relaciono e modifico o mundo.

Aos meus pais, meus eternos inspiradores e incentivadores.

Ao Espiritismo Kardecista, por me ter feito racional e reflexiva, apesar de toda a fé.

Ao Thiago, meu namorado, por ter me devolvido a mim mesma.

Ao Guilherme, meu irmão, pela filosofia constante.

À Cristal, minha cachorrinha, "poodlelata" que conviveu comigo por mais de 17 anos, partiu para a pátria espiritual três meses antes da defesa deste mestrado. Ela ensinou-me o amor, a coragem e a esperança em mim mesma, na humanidade, na vida eterna e em Deus.

Aos bebês cats adotados por mim, João e Maria, que trouxeram carinho e alegria na reta final da escrita da dissertação.

Aos meus amigos, que sempre acreditaram em mim, mesmo quando eu não acreditava.

À professora Gobbi, por ter permitido meu reencontro num processo grande de autoconhecimento.

Ao professor Dino por ter acreditado no meu potencial e ter me inserido no universo acadêmico da pesquisa, em especial da televisão e televisão pública.

Às minhas psicóloga, psiquiatra e fisiatra que me devolveram o colorido da vida.

Às minhas fisioterapeutas e meu acupunturista, que me ensinaram o autocuidado.

Àquela menina sonhadora que fui e que queria ser escritora quando crescesse. Você conseguiu! E saiba: ela sempre esteve dentro de você!

Ao espanhol, por quem sou "enamorada".

Por fim, à América Latina, meu berço e pátria amada.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e a Jesus, porque vivem em mim, dando-me força, fé e esperança nos momentos de expiação e provação.

Ao centro espírita Verdade e Caridade de Bauru por ser minha segunda morada desde os meus três anos de idade, lugar de refúgio e contato espiritual e social que tanto amenizam meus problemas físicos e de alma.

À literatura espírita, fonte de minha fortaleza e alento, principalmente os livros Ave Cristo!, Paulo e Estevão, Há dois mil anos e Todos os animais merecem o céu.

À Fran (Franciane Ortega Dias) minha psicóloga e ex-unespiana, que muito contribuiu para que eu me encontrasse e assim resolvesse meus problemas diários.

À minha psiquiatra Cíntia Lopes, pelo atendimento atencioso, escutando minhas queixas e me indicando caminhos e os melhores remédios.

À minha fisiatra Sueli Hamada que, em conjunto com a psiquiatra, diagnosticou a Fibromialgia e colaborou na indicação de outros medicamentos e tratamentos para que eu pudesse sarar.

Aos meus pais, Margarida Monteiro e Milton Aparecido de Godoy que jamais deixaram de me assistir em todos os momentos e em todos os sentidos. A minha gratidão é eterna por terem me dado a vida e ajudado a sustenta-la.

Ao meu irmão, que me confortou em alguns momentos e compartilhou conhecimento.

Ao Thiago Navarro, meu namorado: fisioterapeuta, psicólogo, jornalista, confidente, companheiro, melhor amigo, meu amor.

À minha orientadora, Prof.ª Adj.ª Maria Cristina Gobbi, pela paciência, o conselho, o direcionamento não só da minha pesquisa e das minhas ações na Universidade, mas também pela força e o entendimento de que somos todos seres humanos, com virtudes e fragilidades.

Às minhas fisioterapeutas, Patrícia Moralles e Sabrina Breslau por prestarem um atendimento competente e humano. O restabelecimento da minha saúde para vivenciar a pós-graduação dependeu – e muito – delas.

Ao meu acupunturista, João, pelo otimismo, bom humor e ótimo trabalho buscando o restabelecimento do equilíbrio do meu corpo e mente.

Aos remédios prescritos e tomados, foram imprescindíveis na busca da minha cura.

Todos esses me mostraram que todo excesso desequilibra. Isso serve também para os estudos. No meu caso, a obsessão com a pesquisa, no início, fruto da pressão da pós por um alto desempenho, por sua vez, fruto de um sistema Capitalista Neoliberal.

A todos os meus professores, principalmente os de Humanidades, que me despertaram o amor por esta área, especialmente o Jornalismo e a Comunicação.

À Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", campus de Bauru, por ter me proporcionado duas experiências de graduação sanduíche, uma em Santiago/Chile na Universidad de Santiago de Chile (USACh)/ Facultad de Periodismo e em La Plata/Argentina na Universidad Nacional de La Plata (UNLP)/ Facultad de Periodismo y Planificación. Por fim, por ter me transformado no melhor que eu poderia ser em todos os sentidos nesses oito anos e ter me recebido de braços abertos pela segunda vez. Transformou a minha maneira de ver e viver no mundo, de encarar as relações, de entender os meandros da sociedade, do texto e das palavras.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) que me acolheu nessa nova fase de muitas dificuldades, mas riquíssima em aprendizado. Especialmente aos professores, destaco alguns, além de minha orientadora: Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho, Prof.ª Dr.ª Roseane Andrelo, Prof. Dr. Cláudio Bertolli, além de alunos e ao Silvio Carlos Decimone, da secretaria, por sua humanidade, presteza e competência no que faz, facilitando nosso trabalho.

Agradeço também aos professores doutores Antonio Franscisco Magnoni e Juarez Tadeu de Paula Xavier pela disponibilidade de estarem presentes na minha banca de qualificação e pelas contribuições que deram para o encaminhamento desta pesquisa.

Aos professores que aceitaram compor minha banca de defesa, uma vez mais o Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni e ao Prof. Dr. Dennis de Oliveira.

Ao grupo de pesquisa Pensamento Comunicacional Latino-Americano que nos deu a oportunidade de conhecer melhor a área de Comunicação e História na América Latina e os próprios latino-americanos integrantes do grupo que compartilharam experiências e aprendizados durante o estudo e nos horários do lanche comunitário.

À V Escuela de Verano ALAIC pela oportunidade de participar da escola em 2018 no Uruguai e por ter financiado meu hotel e uma alimentação por dia durante minha estadia em Montevidéu.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo suporte financeiro fundamental nesta etapa de estudo e pesquisa.

Ao grupo Bolsista Capes no Facebook que, ao compartilhar conhecimento e experiências com outros pós-graduandos do Brasil, proporcionou-me descontração, alívio e, principalmente, compreensão sobre a ciência no país.

Aos amigos, especialmente ao meu amigo de graduação Alexandre Nogueira, Jéssica Martins, Valentina Tournier, pelo amparo e hospitalidade em Montevidéu, Mel Rodrigues Bellini, que mesmo na distância se fez presente, Isabela Frederico e meus amigos de pós-graduação: Thales Valeriani, pelo apoio constante, Bibiana Garrido, pela força e otimismo, Yasmin Gatto e Daniela do Canto, ambas pelo compartilhamento de experiências e facilitação da vida na pós.

À família do meu namorado, principalmente Dona Irene Orlandi que tanto me ajudou com orações, com o ouvido e com palavras de conforto.

Deixo um alerta: doença mental não é frescura e deve ser tratada. Passei por ela durante toda minha pós-graduação. Apesar disso, a partir do tratamento, a caminhada, neste caso, como mestranda foi árdua, mas possível.

A todos, muito obrigada!

Latinoamérica[1]
(Calle 13)

Soy, soy lo que dejaron
Soy toda la sobra de lo que se robaron
Un pueblo escondido en la cima
Mi piel es de cuero, por eso aguanta cualquier clima
Soy una fábrica de humo
Mano de obra campesina para tu consumo

Frente de frío en el medio del verano
El amor en los tiempos del cólera, ¡mi hermano!
Soy el sol que nace y el día que muere
Con los mejores atardeceres
Soy el desarrollo en carne viva
Un discurso político sin saliva
Las caras más bonitas que he conocido

Soy la fotografía de un desaparecido
La sangre dentro de tus venas
Soy un pedazo de tierra que vale la pena
Una canasta con frijoles, soy Maradona contra Inglaterra
Anotándote dos goles

Soy lo que sostiene mi bandera
La espina dorsal del planeta, es mi cordillera
Soy lo que me enseñó mi padre
El que no quiere a su patría, no quiere a su madre
Soy américa Latina, un pueblo sin piernas, pero que camina
¡Oye!

Tú no puedes comprar el viento
Tú no puedes comprar el sol
Tú no puedes comprar la lluvia
Tú no puedes comprar el calor

Tú no puedes comprar las nubes
Tú no puedes comprar los colores
Tú no puedes comprar mi alegría
Tú no puedes comprar mis dolores (...)

Tengo los lagos, tengo los ríos
Tengo mis dientes pa' cuando me sonrio
La nieve que maquilla mis montañas
Tengo el sol que me seca y la lluvia que me baña
Un desierto embriagado con peyote
Un trago de pulque para cantar con los coyotes
Todo lo que necesito, tengo a mis pulmones respirando azul clarito

La altura que sofoca
Soy las muelas de mi boca, mascando coca
El otoño con sus hojas desmayadas
Los versos escritos bajo la noches estrellada
Una viña repleta de uvas
Un cañaveral bajo el sol en Cuba
Soy el mar Caribe que vigila las casitas

Haciendo rituales de agua bendita
El viento que peina mi cabellos
Soy, todos los santos que cuelgan de mi cuello
El jugo de mi lucha no es artificial
Porque el abono de mi tierra es natural (…)

Trabajo bruto, pero con orgullo
Aquí se comparte, lo mío es tuyo
Este pueblo no se ahoga con marullo
Y se derrumba yo lo reconstruyo
Tampoco pestañeo cuando te miro
Para que te recuerde de mi apellido
La operación Condor invadiendo mi nido
Perdono pero nunca olvido
¡Oye!

Vamos caminando
Aquí se respira lucha
Vamos caminando
Yo canto porque se escucha
Vamos dibujando el camino
(Vozes de um só coração)
Vamos caminando
Aquí estamos de pie
¡Que viva la América!
No puedes comprar mi vida.

[1]Sobre a canção: Disponível em: < https://goo.gl/apHAxi >. Acesso em 25 jul. 2018. Videoclipe: Disponível em: <https://goo.gl/NYWWNL>. Acesso em: 25 jul. 2018.

GODOY, Jéssica Monteiro. **A construção das representações de identidade latino-americana no telejornalismo brasileiro:** enquadramentos da cobertura eleitoral no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional. Defesa (Mestrado Acadêmico em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob a orientação da Professora Doutora Adj. Maria Cristina Gobbi. Bauru, Ago. 2018.

RESUMO

No conjunto da radiodifusão e da comunicação de massa brasileiros destacam-se duas emissoras de televisão com histórias diferentes e perfis teoricamente distintos: Rede Globo e TV Brasil. A primeira, comercial, inaugura suas transmissões em 1965, acompanhando um projeto de desenvolvimento e nacionalismo do regime militar. A última, pública, nasce com a criação da EBC, em 2007, após uma luta de setores da sociedade civil organizada e acadêmicos que remete à redemocratização em 1985. Quando associamos o jornalismo a essas emissoras, destacamos dois programas da grade: Jornal Nacional (JN) e Repórter Brasil Noite (RBN). Inaugurado em 1969, foi ganhando espaço e expressividade ao longo dos anos, o JN tornou-se o principal carro-chefe do jornalismo da emissora. Também principal telejornal da emissora pública, a segunda edição diária do Repórter Brasil, nasceu no mesmo ano da TV Brasil. O tema 'América Latina' muitas vezes é esquecido da pauta jornalística brasileira, quando não marginalizado. Desse modo, a pesquisa pretende explicar a forma como esses telejornais representam a identidade latino-americana ao público brasileiro, reforçando ou rompendo estereótipos, fortalecendo ou não a sociedade, a cultura, a política e a economia da região. Para isso, analisamos as últimas coberturas de eleição para presidente em quatro países: Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela. São priorizadas as matérias sobre o desfecho da corrida eleitoral, o resultado eleitoral, uma vez que consideramos o recorte de maior interesse pelo público, tendo em vista a força da política personalista na região. Quando da inexistência de notícia, o que por si só já é significativo para a pesquisa, optamos pela análise da primeira matéria divulgada anterior e posterior ao resultado eleitoral. A análise demonstrou narrativas predominantemente opostas. Os enquadramentos de Política de Estado prevalecem no Repórter Brasil Noite, enquanto no Jornal Nacional, de Política de Mercado. Essas duas faces demonstram como a América Latina é representada e construída de formas diferentes nesses telejornais.

PALAVRAS-CHAVE: Repórter Brasil, Jornal Nacional, identidade latino-americana, telejornalismo, TV Brasil, TV Globo, eleições.

RESUMEN

En el conjunto de la radiodifusión y de la comunicación masiva brasileros se destacan dos cadenas de televisión con historias diferentes y perfiles teóricamente distintos: Rede Globo y TV Brasil. La primera, privada, inaugura sus transmisiones en 1965, siguiendo un proyecto de desarrollo y nacionalismo del régimen militar. La última, pública, nace con la creación de EBC, en 2007, luego de una lucha de sectores de la sociedad civil organizada y académicos que remite a la democratización en 1985. Cuando vinculamos el periodismo a eses canales, destacamos dos programas de la grilla: Jornal Nacional (JN) y Repórter Brasil Noite (RBN). Inaugurado en 1969, ganó espacio y expresividad a lo largo de los años, el JN se volvió el principal telediario de la emisora. También principal telediario de la emisora pública, la segunda edición diaria del Repórter Brasil, nació en el mismo año que TV Brasil. El tema "América Latina" muchas veces es olvidado de la agenda periodística brasilera, cuando no marginalizado. De este modo, la investigación pretende explicar la forma como esos telediarios representan la identidad latino-americana al público brasilero, reforzando o rompiendo estereotipos, fortaleciendo o no la sociedad, la cultura, la política y la economía de la región. Para tal, analizamos las últimas coberturas de elección para presidente en cuatro países: Argentina, Bolivia, Chile e Venezuela. Son priorizadas las noticias acerca del desfecho de la marcha electoral, el resultado electoral, una vez que consideramos el recorte como de más gran interés por el público, considerando la fuerza de la política personalista en la región. Cuando no exista noticia, lo que por si mismo ya es significativo para la investigación, optamos por el análisis de la primera noticia divulgada anterior y posterior al resultado electoral. El análisis demostró narrativas predominantemente opuestas. Los encuadramientos de Política de Estado prevalecen en Repórter Brasil Noite, mientras en Jornal Nacional, de Política de Mercado. Esas dos caras demuestran como la América Latina es representada y construida de formas diferentes en esos telediarios.

PALABRAS-CLAVES: Repórter Brasil, Jornal Nacional, identidad latino-americana, noticiero, TV Brasil, TV Globo, elecciones.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Eleições presidenciais e edições noticiosas 93
Tabela 2 – Tempo: Argentina no Repórter Brasil Noite 123
Tabela 3 – Tempo: Bolívia no Repórter Brasil Noite 124
Tabela 4 – Tempo: Chile no Repórter Brasil Noite 124
Tabela 5 – Tempo: Venezuela no Repórter Brasil Noite 125
Tabela 6 – Tempo: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional 126
Tabela 7 – Tempo: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional 126
Tabela 8 – Tempo: Bolívia no Jornal Nacional 127
Tabela 9 – Tempo: Chile no Jornal Nacional 128
Tabela 10 – Tempo: Venezuela no Jornal Nacional 128

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Entonação: Argentina no Repórter Brasil Noite 108
Quadro 2 – Entonação: Bolívia no Repórter Brasil Noite 111
Quadro 3 – Entonação: Chile no Repórter Brasil Noite 114
Quadro 4 – Entonação: Venezuela no Repórter Brasil Noite 115
Quadro 5 – Entonação: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional 117
Quadro 6 – Entonação: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional 118
Quadro 7 – Entonação: Bolívia no Jornal Nacional 119
Quadro 8 – Entonação: Chile no Jornal Nacional 120
Quadro 9 – Entonação: Venezuela no Jornal Nacional 121
Quadro 10 – Terminologias: Argentina no Repórter Brasil Noite 135
Quadro 11 – Terminologias: Bolívia no Repórter Brasil Noite 138
Quadro 12 – Terminologias: Chile no Repórter Brasil Noite 141
Quadro 13 – Terminologias: Venezuela no Repórter Brasil Noite 143
Quadro 14 – Terminologias: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional 144
Quadro 15 – Terminologias: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional 145
Quadro 16 – Terminologias: Bolívia no Jornal Nacional 147
Quadro 17 – Terminologias: Chile no Jornal Nacional 148
Quadro 18 – Terminologias: Venezuela no Jornal Nacional 149

SUMÁRIO

1 Introdução 12

2 Televisão, Jornalismo e Telejornalismo, suas linguagens e reconfigurações 22

2.1. As mudanças na televisão em particular: técnica e formato 23

2.2. Independentemente do perfil da redação, o jornalismo também pede reinvenção 28

2.3. Gênero televisivo e prática jornalística: as tendências do telejornalismo 34

2.4. A linguagem da TV, do jornalismo e do telejornalismo: a edição de imagens, a aproximação com o cinema e o texto jornalístico 36

3 Representação e poder simbólico na notícia e a identidade latino-americana 41

3.1. Meios de comunicação de massa: construtores da realidade social 41

3.2. A serviço de ou contra quem estão os meios de comunicação de massa? 46

3.3. A interferência na notícia para além dos muros da redação 48

3.4. O conceito de identidade a partir de uma perspectiva antropológica 52

3.5. Que identidade latino-americana as mídias têm por objetivo construir e atribuir para seu público? 54

3.6. América Latina: uma história em comum 55

3.7. A identidade latino-americana 60

3.8. O isolamento da pauta latino-americana na indústria jornalística brasileira 63

3.9. Reconhecimento: identidade latino-americana é luta de uma minoria majoritária 65

4 O Jornal Nacional e o Repórter Brasil Noite no contexto brasileiro de anacronismo regulatório 67

4.1. A Informação e a Comunicação são direitos humanos fundamentais 67

4.2. Brasil: anacronismo regulatório do setor das comunicações 69

4.3. Comunicação na Constituinte brasileira: distinção entre liberdade de imprensa/expressão e de empresa 70

4.4. A concentração midiática no Brasil 72

4.5. Regulação democrática da comunicação: diferentes perspectivas como solução ao desequilíbrio informacional 73

4.6. A TV Globo, o Jornal Nacional e o impasse da pauta latino-americana no JN 75

4.7. A EBC, a TV Brasil, o Repórter Brasil Noite e o impasse da pauta latino-americana no RBN 83

5 Metodologia e Análise 91
5.1. Material e métodos 91
5.2. Amostragem 93
5.3. Forma de análise dos resultados 94
5.4. Categorias (pontos de análise) e caracterizações 96
5.5. Um breve perfil dos candidatos à Presidência 100
5.6. Análise parcial 102
5.7. Análise final 159
5.7.1. (1ª Categoria) Política de Estado versus (2ª Categoria) Política de Mercado 159
5.7.1.1. Repórter Brasil Noite 159
5.7.1.2. Jornal Nacional 160
6 A representação da identidade latino-americana: considerações finais 162
Referências 166
Anexo I 173
Anexo II 174
Anexo III 176
Anexo IV 177
Anexo V 178
Anexo VI 179
Anexo VII 180
Anexo VIII 181
Anexo IX 183

1 Introdução

É possível estabelecer uma identidade latino-americana? Trata-se de um primeiro e talvez um dos fundamentais questionamentos para podermos analisar sua eventual representação na imprensa brasileira. Se considerarmos o conceito de "[...] identidade macroétnica essencial" para a América Latina de Darcy Ribeiro (2017, p. 22-24) podemos concebê-la por uma etnia regional, uma "[...] uniformidade sem unidade", refere-se a semelhanças, apesar das inúmeras diferenças, salvaguardada na multiculturalidade inerente de cada estado nacional. Neste sentido, Sant'Anna (2006, p. 137) salienta que a América Latina tem uma raiz histórica e cultural em comum, com processos políticos e econômicos semelhantes.

Para a psicologia social, a identidade permite que o indivíduo "[...] se localize em um sistema e seja localizado socialmente" (CUCHE, 1999, p. 177). Ainda, neste sentido, "[...] a identidade social se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social (...) baseada em oposições simbólicas" (CUCHE, 1999, p. 176-177). Desse modo, a identidade só existe em relação à outra, "[...] identidade e alteridade são ligadas e estão em uma relação dialética. Isto é, a identificação acompanha a diferenciação. A identidade é sempre a resultante de um processo de identificação no interior de uma situação relacional" (CUCHE, 1999, p. 183).

Fundamentada na diferença cultural, a identidade social inclui, ao identificar o grupo, e exclui, ao distinguir de outros grupos. Assim, trata-se de "[...] uma construção social (...) [e está no] âmbito da representação", tem um caráter multidimensional e dinâmico, portanto flexível (CUCHE, 1999, p. 182-196), é construída e reconstruída constantemente nas trocas sociais (BARTH, 1969 apud CUCHE, 1999), mediada (MARTINS, 2009) e concretizada pelos veículos de comunicação.

Neste sentido, esses veículos "[...] conformam um horizonte espacial cognitivo e emotivo através do qual se estabelecem fronteiras que definirão os limites entre o 'nós' e o 'eles'" (RODRIGO ALSINA, 2000). A identidade é multidimensional, sem perder sua unidade, não há "[...] uma definição simples, 'pura', [reduzi-la] seria não levar em conta a heterogeneidade de todo grupo social". A síntese de várias culturas forma uma identidade sincrética (CUCHE, 1999, p.192-193).

Segundo Capelato (2013, p. 163), autores como o brasileiro, Gilberto Freyre, os argentinos Eduardo Mallea e Ezequiel Martinez Estrada, os mexicanos Samuel Ramos e

Octávio Paz pressupunham que "[...] as nações latino-americanas tinham produzido identidades falsas (...) imitadas ou copiadas do europeu". A crítica às influências do Velho Mundo nas identidades nacionais latino-americanas começou no período entre guerras com a desilusão de um modelo falido europeu que despertou o "[...] interesse pela construção de identidades nacionais originais".

Nesta mesma perspectiva, Ferreira (2008, p. 59) observa que o processo de dominação assola os valores autóctones, ao afirmar que "[...] a destruição da identidade é o primeiro passo em qualquer tentativa de dominação: a colonização da personalidade". O processo de dominação durante o colonialismo da América Latina e o neoimperialismo fez com que os latinoamericanos se reconhecessem como diferentes, porém se trata de uma identidade negativa, conforme Cuche (1999), o que reforça os estereótipos e preconceitos próprios e em relação a outros latino-americanos, inclusive como pertencentes a esse grupo étnico-cultural.

Apesar de o Brasil constituir essa identidade latino-americana, como já se sugere, a abordagem pela mídia brasileira da América Latina nas pautas, que não contemple o Brasil, é muitas vezes deixada em segundo plano. "[...] Pouco se fala dos países que formam a região e esse pouco sempre é carregado de um contexto sensacionalista, grotesco, privilegiando o negativo" (SANT'ANNA, 2006, p. 135).

De acordo com Sant'Anna (2006, p. 136), o que se retrata dos países latino-americanos na imprensa mundial é feito de forma marginal, comportamento replicado por jornais brasileiros, corpus de sua análise. O autor ainda explica que embora seja estratégica para a integração regional a construção do que ele chama de "latinidade", referindo-se ao que preferimos por "identidade latino-americana", a mídia e os jornalistas brasileiros "[...] não favorecem a construção de um imaginário pró-unidade cultural". Esse comportamento editorial é explicado, ainda conforme Sant'Anna, pela herança cultural que carregam jornalistas, empresas e o público, pela linha editorial hegemônica de grandes agências de notícias e por "[...] interesses políticos e econômicos contrários ou indiferentes à integração latino-americana".

O discurso midiático vai explorar uma das versões identitárias que está na sociedade, ou seja, vai reproduzir levando em conta os interesses políticos, ideológicos e econômicos. A falta dessa ideia de pertencimento contribui para a criação e a manutenção de estereótipos latino-americanos no imaginário social, inclusive quanto à identidade brasileira, que perpassam gerações e servem de justificativa à intolerância. A versão identitária explorada no

interior da sociedade brasileira é a de um Brasil que não se reconhece latino-americano, mas sim estadunidense e europeu. Sobre isso, escreve Andrade (2016, p. 07):

> [...] Os brasileiros, em suas camadas culturais mais elevadas, durante muitos anos tiveram uma grande preocupação em apresentar o Brasil como um país europeu ou europeizado, daí voltarem-se sempre para a Europa e os Estados Unidos da América. Desdenhavam a América Latina espanhola por considerarem-na arcaica e em grande parte indígena. Em relação à Argentina e ao Uruguai olhavam sempre como países que se opunham ao Brasil e que ameaçavam a unidade brasileira. Os espano-americanos nos excluíam da área latino-americana porque encaravam o Brasil, com grande dimensão territorial e populacional, como uma permanente ameaça ao seu território. Não esqueciam facilmente a expansão brasileira para o Sul com sucessivas intervenções nos países platinos nem a amputação da Bolívia com a ocupação do Acre. A consciência de que somos um bloco dentre os países subdesenvolvidos e explorados pelos países do Norte naturalmente fará desaparecer as discriminações existentes e fortalecerá a unidade latino-americana.

Dos *mass media*, a televisão é o que mais tem abrangência no território brasileiro. Segundo Pesquisa sobre os Hábitos de Consumo de Mídia dos Brasileiros com dados de 2013, porém divulgada em 2014 e encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM, 2014, web), a televisão alcança 97% da população brasileira, sendo que 65% dos brasileiros a assistem todos os dias. Além disso, é um meio barato, assumindo única via de acesso à informação e ao entretenimento muitas vezes (REZENDE, 2000).

Devemos ainda considerar que no Brasil o uso feito por concessionários do espectro eletromagnético é indiscriminado em decorrência do anacronismo regulatório da radiodifusão no Brasil. Tal fato confere à apropriação da televisão concentração dos meios e discursos, a não observância à pluralidade e diversidade, bases do Estado de Direito, uma vez que há sobreposição da liberdade de empresa à liberdade de expressão e de imprensa, garantindo hegemonia às emissoras comerciais (VOGEL, 2013).

Em outras palavras, a televisão – e principalmente as privadas no caso brasileiro – é um meio dominante e "[...] instituição cultural central" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 73), logo, significativo para entendermos a construção de identidades e os processos de identificação. "[...] A identidade criada pela televisão – para que o telespectador acompanhe e consuma o produto – promove uma identificação do telespectador com o material veiculado, fazendo com que este se veja retratado pela TV e consuma (e se exponha) ainda mais à programação" (MARTINS, 2009, p. 4).

Para Wolton (1996, p. 124-142), a TV é um espelho social, onde o público se vê representado, por isso forma um "[...] laço social tênue", que garante força à televisão, a qual "[...] vem justamente do seu caráter ao mesmo tempo ligeiramente restritivo, lúdico, livre e especular". Além disso, ainda segundo o autor, "[...] se a televisão agrada tanto, não é só porque ela difunde imagens, mas também porque a relação com o mundo que ela simboliza está 'sintonizada' com uma espécie de atitude cultural dominante".

De acordo com Hall (2006, p. 370-371, grifo do autor), o signo televisivo é constituído por dois tipos de discurso, visual e auditivo, o que o torna complexo. Neste sentido, os signos icônicos são vulneráveis de serem entendidos como naturais, assim, "[...] o signo linguístico 'vaca' não possui *nenhuma* das propriedades da coisa representada, ao passo que o signo visual parece possuir *algumas* dessas propriedades". De outro modo, significa que "[...] o signo visual para 'vaca' realmente é (em vez de *representa*) o animal". Ou seja, as imagens televisivas carregam um processo de sedução e apreciação da realidade muito maior que qualquer outra mediação de massa de representação da realizada.

Ademais, devemos considerar que a imagem da televisão possui um contexto, o que caracteriza sua dimensão social. Essa dimensão "[...] se encontra nas duas características de sua imagem: a identificação e a representação" (WOLTON, 1996, p. 69). Assim, dos meios de comunicação de massa, "[...] a televisão contribui diretamente (...) para retratar e modificar as representações do mundo (...), não é fácil determinar em que sentido ela o faz (...) não é porque todo mundo vê a mesma coisa que a mesma coisa é vista por todo mundo". De acordo com Wolton (1996), essas duas funções, identificação e representação, não são passivas, mas sim resultado de uma interação entre o público e os conteúdos veiculados pela TV. Essa ideia é também corroborada por Hall (2006).

De acordo com Williams (1997, p. 22), enquanto a televisão é uma forma cultural, o jornalismo se trata de instituição social e o telejornalismo, em si, de uma construção social. A justificativa é a de que o jornalismo tem "[...] caráter de processo histórico e cultural" (GOMES, 2011, p. 21). Desse modo, Pires e Gobbi (2013) consideram que o jornalismo assume um papel imprescindível para a coesão social, uma vez que contribui para a expansão da cultura popular quando fortalece as representações.

Na mesma perspectiva, Rodrigo Alsina (2009, p. 11-13) observa que a notícia se trata de uma "[...] realidade simbólica, pública e quotidiana (...) [sobre a qual os jornalistas] conferem estilo narrativo (...) [interpretam-na] de acordo com sua enciclopédia". Como todo processo comunicativo, trata-se de um "[...] processo de construção de sentidos" (RODRIGO,

2009, p. 39). Já que se trata de uma construção, a realidade é, de outro modo, um produto midiático em negociação com a interpretação da audiência, uma vez que se trata de um processo de produção, circulação e reconhecimento (RODRIGO ALSINA, 2009); embora a realidade midiática não seja única, é a mais importante (MARLETTI, 1982).

Em teoria, o jornalismo assume determinados valores universais: interesse público, objetividade, credibilidade, atualidade, independência e legitimidade (GOMES, 2011, p.23), estabelecidos entre público e jornalistas por meio de um "[...] contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido", uma troca balizada no duo verdade-confiança (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 47).

A objetividade, um dos valores-notícia e um dos mitos mais difíceis de serem rompidos, é reforçada pela imagem na televisão. Costa (2009, p. 38) elucida que "[...] quando o jornalismo realiza a representação de uma representação, ele está indo muito além dos pilares da verdade, justiça e ética. Porque nunca conseguirá uma representação pura". Assim, mais que compreender ou selecionar, o fundamental na função jornalística é contextualizar fatos (RODRIGO ALSINA, 2009) e "[...] estar em diálogo" (VIZEU, CORREIA, 2008, p. 18).

De um lado, o papel que ocupa a televisão no Brasil, de outro o que representa o jornalismo nas sociedades, a união entre esses dois campos nos confere um produto interessante. Silverstone (1996) destaca a centralidade do papel do noticiário na mediação entre os acontecimentos e a sociedade. Como construtora da realidade social, Vizeu e Correia (2008) explicam a notícia televisiva como uma forma de conhecimento, ou seja, o conhecimento do telejornalismo, cujas práticas precisam ser constantemente problematizadas. Além disso, o autor considera a presença do telejornalismo no Brasil como um lugar de referência, assim como a família e a escola.

Há muitas particularidades na notícia televisiva se compararmos à imprensa. Enquanto a voz que sai pelo televisor é a de um "[...] narrador pessoal e onisciente", a das páginas do jornal é um "[...] narrador impessoal" (GOMES, 2011, p. 26). A televisão confere mais importância ao espetáculo que o jornal. A televisão se organiza e se apresenta no tempo, o jornal no espaço. São diferenças no tocante à "[...] estrutura, voz e conteúdo" (WEAVER, 1993, p. 297-303). Rezende (2000, p. 23-24) coloca o telejornalismo em um patamar de destaque, na perspectiva dele representa "[...] a principal forma de democratizar a informação".

É importante considerarmos que com esses conceitos de jornalismo e notícia estão imbricadas as características do processo produtivo que impinge a máquina organizativa midiática. Assim, "[...] lembremo-nos de que toda produção está condicionada pelas práticas produtivas" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 178). A produção da notícia é determinada por características e limitações das organizações midiáticas.

Bechelloni (1986, p. 382-383) elucida que um conjunto de fatores demonstra o poder nas organizações, como: o ambiente, a lógica de produção, cultura do trabalho e disposições da instituição. Esse poder pode ser dividido em dois, um dentro e outro no entorno midiático, ou seja, um está incorporado nas rotinas produtivas e outro determina as características da organização e do produto em si. Rodrigo Alsina (2009, p. 52-133) escreve que "[...] indubitavelmente, a organização condiciona a produção, não só no nível técnico, mas também no ideológico". Assim, "[...] para estudarmos os acontecimentos da mídia, precisamos pesquisar a estrutura funcional das instituições da comunicação".

Embora a Rede Globo de Televisão seja hegemônica no território brasileiro[2], a pauta latino-americana não o é na emissora. Apoiada pela ditadura militar brasileira que tinha interesses na emissora comercial e aberta como porta-voz do regime, a TV Globo inicia suas transmissões em abril de 1965.

O incentivo do governo para a expansão da emissora em rede pelo país esteve em consonância com a troca de apoio a partir da veiculação de uma programação uniforme que exaltava uma política de integração nacional e o discurso de modernização. A emissora se tornou, assim, grande defensora da cultura brasileira (REBOUÇAS, 2005). Aliás, "[...] ao participar do projeto político do Estado, a TV Globo construía, através da textualidade informativa, uma identidade unívoca para o país" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 209).

O noticiário da emissora, que inaugurou as transmissões em rede, consolidou durante as décadas prestígio e se consagrou no horário nobre da TV aberta brasileira é o Jornal Nacional, no ar desde setembro de 1969 (REBOUÇAS, 2005). O telejornalismo era usado pela emissora como uma rede simbólica carregada de emoções e valores patrióticos. As ideias de imediatismo, instantaneidade, igualdade, verossimilhança, onipresença, a linguagem intimista e coloquial, agilidade das âncoras e repórteres, a voz e a imagem do entrevistado emprestando credibilidade eram as novas faces que o telejornal oferecia sobre o mundo ao público (BARBOSA; RIBEIRO, 2005). Financiada pela publicidade, a busca da audiência é meta, assim como o estímulo ao consumo (MUSSE; PERNISA, 2010).

[2] Em 2008, a Globo atingia 99,43% da população brasileira (MUNHOZ, 2009, p. 16-17).

O único escritório de correspondentes internacionais na América Latina da Globo é criado em Buenos Aires, em 1979, em ocasião e só durante a Guerra das Malvinas, que terminou em 1982. O escritório de Buenos Aires é reativado, então, em 2004, "[...] com o envio de um único repórter, que faz as imagens, o texto, pré-edita as matérias e as envia pela internet de seu próprio apartamento" (REBOUÇAS, 2005, p. 165).

A TV Brasil, por outro lado, tem uma história mais recente. Criada em 2007, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) foi pensada para gerir um sistema de comunicação pública com pretensão nacional, dentre eles, a TV Brasil, inaugurada no mesmo ano.

Também em 2007 começaram as veiculações do principal telejornal da emissora, a segunda edição do Repórter Brasil ou Repórter Brasil Noite. Trata-se da primeira proposta nacional de televisão pública, uma luta protagonizada por setores da sociedade civil organizada e acadêmicos que ganha fôlego com o processo de redemocratização brasileiro e se aprofunda durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva[3] (PT).

Com a linha editorial respaldada pela presença de um Conselho Curador até 2016, integrado, na maioria, pela sociedade civil organizada, a proposta foi ao encontro do interesse e debate público (PEREIRA, 2009), na medida em que propunha suprir as lacunas de pluralidade, diversidade e regionalismo na mediação da comunicação de massa brasileira, em suma, formar cidadãos (MUSSE; PERNISSA, 2010; CARVALHO, 2013).

A TV Brasil encabeça a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) formada por outras emissoras públicas, como universitárias e educativas. Essas emissoras se retroalimentam com conteúdos regionais e exibem algumas horas do conteúdo da TV Brasil. A baixa audiência da emissora é explicada pela pequena visibilidade decorrente, ainda, da dificuldade no acesso pela TV aberta. Faltam antenas retransmissoras e há entraves entre governo federal e estadual quando oposição para a entrada do sinal.

Com a entrada do governo de Michel Temer (PMDB) após um polêmico processo de *impeachment* em 2016, cujo resultado foi a deposição da presidente eleita por voto popular Dilma Rousseff (PT), outras políticas foram adotadas. No que diz respeito à EBC, a divulgação da Medida Provisória 744/16 - que alterou a Lei 11.652/08 de criação da EBC e da TV Brasil - extinguiu o Conselho Curador. Como consequência, a caracterização jurídica e a atuação prática da empresa e dos veículos públicos encontram-se ameaçadas.

Apesar disso, os dez anos até então dessa primeira experiência nacional de comunicação pública é um marco de referência na comunicação de massa no país, não só pelo

[3] Membro fundador do Partido dos Trabalhadores (PT), foi o 35º presidente do Brasil, entre 2003 e 2011.

que foi, mas pela forma como se desenhará no futuro, no Brasil. Isso porque a Constituição Federal de 1988 prevê, no artigo 223, a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal no capítulo destinado à Comunicação Social.

A política, o exercício e sintomas do poder e sua representação recebem atenção privilegiada pelos meios de comunicação. Rodrigo Alsina (2009, p. 154-177) escreve que "[...] o exercício do poder, político, econômico, judicial, etc. é objeto de especial atenção por parte da mídia, (...) [a classe política é] depositária da função de continuidade e de manutenção da ordem". Assim, "[...] este é, de longe, o maior gênero de 'estória' que um órgão de informação televisivo pode ser levado a cobrir", afirmou um editor da BBC (GUREVITCH; BLUMLER, 1999).

O contexto político na América Latina nos evidencia que em muitos países da região, não houve mudança social apesar das modernizações econômicas a partir da segunda metade do século XX. O personalismo da política sul-americana, fruto da crise de representatividade, trouxe consigo o (neo) populismo na tentativa de sanar as demandas sociais. A centralidade da figura política, mais que um representante do povo, o incumbido para, sozinho, como uma personagem paternalista, salvar a pátria.

O resultado disso é o enfraquecimento das instituições do poder e a despolitização, à medida que se toma um pelo todo e não compreende o todo como uma articulação para processos decisórios, embora seja ainda um caminho possível para as utopias latino-americanas. Pelo viés centralista se mostra uma política autoritária muitas vezes, prática que se desenha na América Latina desde o colonialismo ibérico e, posteriormente, com o mandonismo local (LAPSKY, SHURSTER, SILVA, 2013).

Partindo do pressuposto do isolamento da América Latina nas pautas jornalísticas brasileiras que nos apresenta Sant'Anna (2006), a partir do pouco que é retratada, selecionamos um tema de extrema importância para as nações latino-americanas, tendo em vista o contexto populista que se sedimentou no território nos últimos anos, especialmente na América do Sul: o ápice da corrida eleitoral, a cobertura do resultado eleitoral presidencial na Argentina, Chile, Bolívia e Venezuela, entre 2013 e 2015, veiculada pelo Jornal Nacional e Repórter Brasil Noite.

Atualmente, a Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela mantêm relações diretas com o Brasil, seja por um viés político e econômico, seja por questões cultural e social. A Argentina é o principal parceiro comercial do Brasil no Mercosul (MDIC, 2017) e também faz parceria no G-20 (BCB, 2015). A segunda maior comunidade de estrangeiros que vive na cidade de

São Paulo é a boliviana, atrás da portuguesa (PEREIRA, 2013). O Chile é o segundo maior parceiro comercial e empresarial do Brasil na América do Sul (ITAMARATY, 2018). A Venezuela foi suspensa recentemente do Mercosul e passa por crise política (MARCHAO, 2017). Por tudo isso, são países que despertam o interesse público brasileiro e isso justifica a escolha deles para essa pesquisa.

Este cenário mais direto suscita diversas questões que foram tratadas a partir da análise da construção da notícia sobre resultado eleitoral para presidente. Por exemplo, como é representada a identidade latino-americana no Brasil por ambas emissoras? A TV Brasil, como emissora pública, faz o contraponto por meio de seu principal telejornal em relação à maior emissora comercial brasileira, a TV Globo? De que forma contribui para a não perpetuação de estereótipos e na construção de novas representações pelos brasileiros sobre uma identidade da qual também se inserem? É com esse mote que a pesquisa se desenvolveu.

Trata-se de uma análise atual e pertinente, tendo em vista o alcance que a televisão tem no Brasil, atingindo 97% da população brasileira, considerando que 65% dos brasileiros a assistem todos os dias (SECOM, 2014). Além disso, a TV Brasil e a Rede Globo de Televisão são emissoras relevantes no contexto brasileiro, observando suas particularidades: a primeira é um marco de referência na comunicação pública brasileira, visto que se trata da primeira proposta nacional de televisão pública, criada em 2007, e é prevista constitucionalmente no artigo 223, do capítulo destinado à Comunicação Social (GODOY, 2015); a última tem mais de meio século de história na radiodifusão brasileira, é a maior rede de televisão privada do país.

Dessa forma, os telejornais carros-chefes dessas emissoras, Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional representam referências para o público brasileiro no consumo de notícias, mesmo que de perfis diferentes. Embora a premissa do jornalismo seja a do interesse público, essa caracterização é verdadeiramente contemplada, teoricamente, na comunicação pública (PEREIRA, 2009). Isso não significa que não haja interesse público em um noticiário comercial, mas que muitas vezes o interesse de empresa se sobrepõe ao interesse público (VOGEL, 2013).

Partimos do pressuposto do isolamento da América Latina nas pautas da mídia brasileira, especialmente a comercial (SANT'ANNA, 2006). A temática escolhida é de importância para pensarmos a integração e o fortalecimento cultural, político, econômico e social da região e do Brasil, onde a televisão e o telejornalismo tem um papel central, especialmente essas emissoras e esses telejornais. Além disso, enquanto outros temas podem

não ser contemplados na pauta diária, a eleitoral é imperativa. Sem falar na importância não só política de uma eleição presidencial, senão do que representa o presidencialismo na América Latina, observando uma prática centralista, personalista e populista na história recente da região (LAPSKY, SHURSTER, SILVA, 2013).

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, documental e empírica, de caráter descritivo. Como técnica, optou-se pela Análise por Enquadramento (*framing*), mais detalhada no capítulo metodológico. O problema de pesquisa é sintetizado na questão: "de que forma a notícia é construída e, nela, representada a identidade latino-americana nos telejornais Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional da TV Brasil e TV Globo respectivamente?".

O objetivo geral é analisar a construção noticiosa e como está representada a identidade latino-americana. São três os objetivos específicos, cada um deles deu origem a um capítulo: "delinear a relação entre a linguagem televisiva com o campo do jornalismo no telejornalismo"; "explicar princípios e práticas que norteiam a construção noticiosa e a representação na notícia da identidade latino-americana nesses telejornais"; e "apontar características, papel, atuação e conformação da TV Brasil e da TV Globo".

Os capítulos desta pesquisa estão divididos em um introdutório, além de três de fundamentação teórica e um de fundamentação metodológica e análise. São eles: 1) Introdução; 2) Televisão, jornalismo e telejornalismo, suas linguagens e reconfigurações; 3) Representação e poder simbólico na notícia e a identidade latino-americana; 4) O Jornal Nacional e o Repórter Brasil Noite no contexto brasileiro de anacronismo regulatório; e 5) Metodologia e Análise.

Esperamos desenvolver teoricamente um panorama que nos permita compreender a importância e as narrativas da televisão, do jornalismo e do telejornalismo. Entender a construção noticiosa e o simbólico na notícia, com interferência de atores internos e externos às redações. Conceituar a identidade e compreender o que há na América Latina de uniforme que possa ser possível conceber uma Identidade latino-americana. Entender o contexto brasileiro que se insere a televisão, especialmente a TV Brasil e a TV Globo e seus telejornais: Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional. Por fim, ao tomar esse referencial como base para a análise, pretendemos compreender como se dá a construção das representações de Identidade latino-americana nesses dois telejornais, a partir do recorte proposto: notícias sobre o resultado eleitoral presidencial na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela.

2 Televisão, Jornalismo e Telejornalismo, suas linguagens e reconfigurações

Ao falarmos de telejornalismo atualmente, inevitável não recorrer ao jornalismo em si, isto é, aos princípios e práticas jornalísticos, à própria televisão, uma vez que se trata de um gênero televisivo, e à internet, por conseguinte, às novas mídias propiciadas pelas tecnologias digitais. São com esses três vieses: televisão, jornalismo e telejornalismo, que, na contemporaneidade, tem a característica da convergência digital, que construiremos as análises do primeiro capítulo desta dissertação.

Nos dias de hoje, as tecnologias digitais têm reconfigurado os - e se reconfigurado a partir dos - processos produtivos e receptivos não só da televisão, mas de todos os outros meios de comunicação. Essas mesmas tecnologias, têm reconfigurado as - e se reconfigurado a partir das - necessidades políticas, econômicas e sociais.

As redações estão cada vez mais integradas, condensadas e ágeis, propiciadas por câmeras digitais e uso de celular; a opção da distribuição dos conteúdos audiovisuais apresenta-se de forma não linear e fragmentada; e a recepção de audiovisual televisivo pelo público, não se resume mais e somente a consumi-lo por um televisor fixo na sala de casa, passa a estar presente em locais públicos também, de maneira móvel, portátil e interativa.

Essa alteração, ocasionada por uma mudança primeira na sociedade capitalista industrial, que demandou o uso e, aparentemente, pelo simples desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), representa uma mudança que tem como causa e gera consequências nas lógicas econômicas, políticas, sociais, culturais e nos modos de produção e consumo.

Isto é, a partir dos Estudos Culturais britânicos, especialmente de Williams (2016) que se deteve a estudar a televisão nos anos de 1970, a tecnologia se apresenta como causa de mudanças e efeito (não determinante, não única como força, mas visto como um processo em que atuam variáveis sociais) em uma sociedade também marcada por mudanças, disputas de poder e capital, com heranças e grupos diversos. “[...] Qualquer tecnologia específica é, portanto, subproduto de um processo social determinado por outras circunstâncias” (WILLIAMS, 2016, p. 27). A tecnologia nasce no bojo da sociedade. Para Williams (2016, p. 42):

> [...] Quando há investimento tão pesado em um determinado modelo de comunicação social, tem-se um conjunto restritivo de instituições financeiras, de expectativas culturais e de desenvolvimentos técnicos específicos que, embora possa ser visto, superficialmente, como o efeito de uma tecnologia, é na verdade um complexo social novo e central.

Neste sentido, uma complexa mudança social havia se desenhado. A produção industrial e o que demandou com as novas formas de trabalho e acumulação de capital, as melhorias tecnológicas, todos foram panos de fundo para o desenvolvimento não só da televisão, mas de todos os meios anteriores e posteriores de comunicação, uma vez que com a criação de necessidades na sociedade, que, igualmente deve corresponder a dos grupos dominantes com capital político e econômico, despertaram-se também novas possibilidades (WILLIAMS, 2016).

2.1. As mudanças na televisão em particular: técnica e formato

Por sua vez, a televisão como a conhecemos no século XXI, passa a agregar ao modelo antigo outras funções, e exigir novos comportamentos do público que demanda novas formas de consumo desse meio. É uma "tecnologia e forma cultural", como se refere o título da obra de Williams (2016) que, como todas as outras, é agendada por humanos.

Esses novos comportamentos de consumo alteram o modo de se relacionar com o conteúdo audiovisual, o público passa a consumi-lo de forma fragmentada, compartilhando-o, recortando-o, recontando-o, ainda que de forma amadora, e veiculando-o novamente, quebrando com a distribuição e circulação unilateral e unidirecional da televisão tradicional.

Desse modo, a chamada TV ubíqua, evolução da TV tradicional e analógica, como utiliza Becker (2016) e outros autores citados por ela, a exemplo de Correia (2015), engloba o universo da TV tradicional aberta e a cabo, assim como as multiplataformas na internet, ofertando possibilidades de interatividade, em uma tentativa de diálogo, ainda que muitas vezes, como também acentua a autora, de forma reativa.

Isso significa que, apesar de todo o alarde das funcionalidades das tecnologias digitais e de democratização almejada, a interação entre o público e o produtor, por meio do conteúdo, acontece com pouca ou nada de participação – daí o motivo de ser denominada reativa –, somente quando solicitada, sem entendimento do processo inverso, ou seja, sem observar o receptor também como produtor, sem romper com as estruturas hierarquizadas de poder que marcaram os sistemas de comunicação de massas dos séculos XX e XXI.

Nesta perspectiva, o Repórter Brasil Noite, objeto de nosso estudo, estimula a audiência a participar do noticiário com o quadro Outro Olhar, transformando o público em telespectador-repórter, uma vez que este pode enviar ao programa vídeos de notícias feitas por eles. Trata-se de um experimento de interatividade, recurso almejado por uma comunicação

pública, como a TV Brasil, que veicula esse telejornal noturno, já que deve abrir espaço para a participação do público.

Se esse quadro é uma participação aquém ou não, é controverso. Becker (2016, p. 52) considera que nem sempre o público nas participações nos telejornais tem um papel mais determinante, ativo, crítico e criativo. A autora salienta que "[...] a atuação dos cidadãos muitas vezes fica restrita ao papel de intérpretes do acontecimento na interação com os noticiários televisivos".

A partir de uma mirada mais generalista e superficial, no caso do quadro Outro Olhar consideramos que há um maior protagonismo, é um quadro destacado dentro do programa para tal intervenção. A ampliação de participação pelo público é desejável quando falamos em comunicação pública. No entanto, há que separar para o público também, como já o fazem, quem é audiência e quem são jornalistas, profissionais que dominam técnica e tem formação para escrever profissionalmente uma notícia.

Além de TV ubíqua, Becker (2016, p. 11) oferece outras nomenclaturas dadas por autores diversos nesse novo momento de transição em que a televisão se reinventa: "[...] Matrix Media ou *Ephemeral Media*, Hipertelevisão, Pós-Industrial ou Pós-Massiva; Pós-*Broadcast*; Pós-Nacional, Pós-Digital ou ainda Pós-TV, TV Expandida".

O contexto é o de que a televisão não deixou de ser central e centralizadora na sociedade. É ainda no atual momento uma mediação estratégica de discursos. A televisão é usada pelos poderes político e econômico, fala sobre o poder, na notícia, agendando a opinião pública, e é o próprio poder, nas palavras de Lima (2001). Segundo Williams (2016, p. 60) "[...] não há dúvidas de que a radiodifusão como um todo, e a televisão em especial, ampliou notavelmente as formas de discussão e debates públicos".

No Brasil, a televisão é o meio mais assistido pelo público, assim como afirma Becker (2016) e como corrobora a Pesquisa Brasileira de Mídia sobre Hábitos de Consumo de 2015 (PBM 2015), realizada pelo Ibope Inteligência e encomendada pela então Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), durante o governo de Dilma Rousseff (SECOM, 2015, web). Em outras palavras, significa dizer que "[...] a televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população". (BOURDIEU, 1997, p. 23). Além disso, é um meio barato, assumindo única via de acesso à informação e ao entretenimento muitas vezes (REZENDE, 2000).

Para Wolton (1996, p. 124-142), a TV é um espelho social, onde o público se vê representado, por isso forma um "[...] laço social tênue", que garante força à televisão, a qual "[...] vem justamente do seu caráter ao mesmo tempo ligeiramente restritivo, lúdico, livre e especular". Além disso, ainda segundo o autor, "[...] se a televisão agrada tanto, não é só porque ela difunde imagens, mas também porque a relação com o mundo que ela simboliza está 'sintonizada' com uma espécie de atitude cultural dominante".

Além disso, a televisão não deixou de se inovar e se transformar em um meio também digital. A TV ainda é entendida como fluxo (WILLIAMS, 2016), cuja programação e *break* comercial se retroalimentam em um ciclo e também como novos fluxos a partir da conjunção de narrativas na *web*. Trata-se não só de um novo momento e de uma reconfiguração tecnológica, senão de uma nova linguagem – multilinguagem – e mediação (BECKER, 2016). O que não significa novas narrativas e discursos, uma vez que se trata de uma mudança – ou quem sabe retorno, já que se tem (re) investido em programas e entradas ao vivo – na técnica e na forma.

Aliás, a grade de programação, ou seja, uma programação horizontalizada só foi possível com a criação do videoteipe, tecnologia que revolucionou nos anos de 1960, contribuindo para o hábito diário de ver TV. Antes, as transmissões televisivas eram feitas ao vivo, contexto que retornou com adaptações.

Atualmente, trata-se, no caso de telejornais, por exemplo, de trabalhar uma perspectiva intimista, mais informal, personalizada e singular, aproximando-se mais do público, em uma tentativa de gerar mais empatia em quem está do outro lado da tela, em vista da queda dos índices de audiência na TV aberta nos últimos anos e da influência do meio digital, como algumas das causas. Todas essas mudanças na forma de se fazer televisão representam, a nosso ver, alterações no estilo da linguagem.

O maior fluxo atualmente de audiovisual na internet é de conteúdo produzido para a televisão (BECKER, 2016). Em 2021, segundo estimativa em relatório da multinacional estadunidense do setor de tecnologia da informação (TI), Cisco, 82% do tráfego de internet no mundo será de conteúdo audiovisual. Desse percentual, só de vídeos ao vivo, a estimativa é de um 13% (CISCO, 2017, web).

Ainda segundo a Pesquisa Brasileira de Consumo de Mídia de 2015, a televisão permanece em primeiro lugar como mídia dominante na cena brasileira, 95% dos entrevistados afirmaram assistir à TV e 73% disseram assisti-la diariamente, na segunda

colocação está o rádio, usado por 55% dos entrevistados. De acordo com a mesma pesquisa, a internet é acessada por 48% dos brasileiros (SECOM, 2015, web).

A escolaridade e a idade são fatores preponderantes em relação à frequência e uso da internet no Brasil, 72% dos entrevistados com ensino superior se conectam todos os dias; com pessoas até o final da primeira etapa do ensino fundamental (5º ano), o número cai para 5%; 65% dos jovens entre 16 e 25 anos acessam a internet todos os dias, contra 4% de pessoas com 65 anos ou mais (SECOM, 2015, web). Conforme estimativa da Fundação Getúlio Vargas (FGV), até o final de 2017, no Brasil haverá um *smartphone* por número de habitantes (CAPELAS, 2017). Somos mais de 200 milhões, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O Programa Nacional de Banda Larga, política pública criada no início do primeiro mandato presidencial do governo de Dilma Rousseff (PT), que visa o barateamento e a expansão de rede de acesso à internet no Brasil, está estagnado. Apesar disso, com o aumento, ainda que gradativo e mesmo sem efetivas políticas públicas, do acesso à internet por todo o país, bem como o crescimento do consumo de *smarphones*, que apresenta a tecnologia *Android*, propiciando a possibilidade de acesso a conteúdos de imagens, sons e vídeos, não é impossível conceber o aumento de consumo de audiovisual em *streaming* pelos brasileiros.

Becker (2016, p. 13) – e alguns autores por ela citados, tais como Curran (2011), Primo (2013) e Orozco (2014) – anuncia que não se pode mais considerar a televisão somente como meio massivo, porque interage agora "[...] com diversos suportes e linguagens midiáticos e distintas apropriações de seus conteúdos e formatos audiovisuais", defendendo sua coexistência.

Reconhecemos que se trata de uma reorganização e de uma existência conjunta de antigas e novas realidades, mas, apesar disso, reafirmamos que assim mesmo refere-se a uma mídia massiva, no sentido de alcançar um grande número de pessoas, ainda que essas mesmas pessoas façam com que o conteúdo alcance outras mais e, assim, sucessivamente. Apesar de a comunicação de massa se apresentar de outro modo na internet, o processo comunicativo da televisão é social. Porém, conforme a autora acentua, é mais produtivo discutir a coexistência do que a "[...] irrelevância do conceito de massa na contemporaneidade" (BECKER, 2016, p. 13).

É necessário dizer que na história dos meios de comunicação, a coexistência era uma prática presente. Quando a televisão foi criada antes da Segunda Guerra na Inglaterra em 1936 e teve seu *boom* a partir dos anos de 1950, o rádio era o veículo dominante. O rádio não

morreu, reinventou-se com o advento da TV, principalmente por causa da portabilidade. Por outro lado, a televisão na formação da sua linguagem, estrutura, conteúdo e pessoal recebeu influência do rádio. A televisão também dependeu de outras invenções, entre elas a "[...] eletricidade, telegrafia, fotografia [e] cinema" (WILLIAMS, 2016).

Becker (2016, p. 25) lembra que "[...] a tecnologia sempre introduziu uma dimensão nova nas dinâmicas da linguagem, como o telefone, o rádio, o cinema e, especialmente, a televisão, que resulta de formas anteriores de mídia". Não é, portanto, um fenômeno novo o que acontece com a chegada da internet, porém é sim uma nova linguagem a ser estudada, entendida e aprimorada.

A televisão expressa uma linguagem viva, portanto, passível de mudanças, assim como as conversações orais. Apesar de não ter surgido com o advento das novas tecnologias, mas sim ser um fenômeno antigo, trata-se de uma hibridização de linguagens. No Brasil, por exemplo, "[...] as próprias emissoras de TV aberta exploram novos negócios, acompanhando a tendência iniciada por empresas como o YouTube e o Netflix, buscando oferecer programação em plataformas que permitem mobilidade no consumo de mídia" (BECKER, 2016, p. 56). A autora escreve mais sobre telejornalismo e TV ubíqua:

> [...] Nesse contexto, nasce a etapa mais recente das transmissões de notícias por meio das interações entre a televisão e o computador, que permitem um consumo de conteúdos mais seletivo *on demand*, com a expansão da televisão em múltiplas plataformas, como celulares, jogos, iPads, serviços de vídeo *on-line*, incluindo o YouTube. Essas interações também se tornaram parte da cultura digital. (BECKER, 2016, p. 30)

De fato, as emissoras trabalham hoje em sintonia com outras plataformas e mídias. Em nosso *corpus* de análise, por exemplo, a TV Brasil possui um site na internet vinculado a outras mídias que, assim como ela, são geridas pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Além disso, o público no exterior pode assistir à programação da TV Brasil Internacional em *streaming*, isto é, em tempo real.

As produções audiovisuais veiculados em território nacional na TV aberta e a cabo ainda podem ser vistos *on demand* na rede, tanto em seu site, como em seu canal no YouTube. É o caso do nosso corpus de análise. O conteúdo noticioso fora veiculado primeiro na TV aberta e na TV a cabo e, em seguida, disponibilizado no site e no YouTube.

Outro veículo que tem trabalhado na convergência e na transmídia é a Globo, ainda que gere questionamentos quanto à efetividade dessa prática. É possível acessar conteúdos diversos pelo aplicativo instalado em celular *smartphone* e *Iphone*. Também, assistir ao conteúdo veiculado na TV aberta e assinada e disponibilizado na plataforma online do Globo

Play, de forma gratuita ou paga, além de entrar em contato com conteúdos semelhantes e/ou complementares por meio de *hiperlinks* para outras mídias do grupo Globo. As notícias do Jornal Nacional, por exemplo, outro *corpus* de nossa análise, estão disponíveis de forma gratuita e facilitada por período de tempo para ser acessado no Globo Play.

A televisão, em si mesma, intervém na organização social e é um produto social e cultural, veicula nas suas mais diversas telas a representação da realidade para um público diverso em termos ideológicos, culturais, de renda e de classe social. A televisão é uma experiência cultural (WILLIAMS, 2016). Sua representação é eivada de valores e identidades. De acordo com Bourdieu (p. 09-11), a TV "[...] expõe a um perigo não menor a vida política e a democracia". Para ele, a depender do uso feito pelos produtores de conteúdo da televisão, esta poderá se transformar em "[...] extraordinário instrumento de democracia direta" ou "[...] instrumento de opressão simbólica". Deter-nos-emos mais neste ponto no próximo capítulo.

É importante ressaltar que embora a TV ubíqua apresente mudança na linguagem e no conteúdo em termos de produção, não significa que este esteja mais contextualizado e plural. Mesmo os conteúdos *online* sofrem a interferência do modo de fazer televisão tradicional (BECKER, 2016). Além disso, segundo Turner no prefácio à edição brasileira de "Televisão – tecnologia e forma cultural" (WILLIAMS, 2016) a lógica capitalista, que condiciona o conteúdo às leis do mercado, também está presente na *web*, assim como esteve presente nas outras mídias.

2.2. Independentemente do perfil da redação, o jornalismo também pede reinvenção

Entendemos jornalismo como uma prática que por meio de narrativas e discursos representa os acontecimentos cotidianos, informando e formando o público. O jornalismo como essência é, por definição, a busca pelo interesse público, é a valorização da pluralidade e diversidade, de todos os lados possíveis, da busca constante pela objetividade e imparcialidade. A máquina organizacional que gere o jornalismo é quem imprime características próprias que o aproximarão ou o afastarão desses conceitos indispensáveis ao exercício do jornalismo.

Não são só os meios de comunicação, como a televisão, que se reconfiguram nestes novos tempos. O jornalismo, que, para Williams (2016) se trata de uma instituição social, também. Não seus conceitos básicos, senão sua técnica. De pronto, é importante salientar que a crise observada no contexto atual nas redações não é a do jornalismo propriamente dito. A

crise do jornalismo pode ser sim uma crise de qualidade, mas isso, mais uma vez tem a ver com as caraterísticas da máquina organizacional e de quem a detém e gere, além de formas, mudanças na legislação, como regulações. Neste sentido, a crise segue não sendo do jornalismo em si, mas sim do jornalismo praticado. O jornalismo, que tem como parâmetro seus conceitos essenciais, continua sendo fundamental, quanto mais se aproxima dessas definições.

A crise, neste momento de transição, é da indústria do jornalismo. E então, estamos falando da crise de um modelo de negócio, especialmente das redações comerciais que predominam em países como o Brasil, onde há uma regulação anacrônica das comunicações e, portanto, ambiente que permite a predominância – hegemonia e monopólio – dos *mass media* privados, contexto este que nos deteremos um pouco mais no terceiro capítulo desta pesquisa.

Isto não significa, porém, que o jornalismo em si não esteja se adaptando aos novos tempos. Está se redesenhando para atender as necessidades de um consumo instantâneo, fluido, multimídia e complexo que demanda o meio digital. Trata-se de uma "[...] necessidade de renovação de sua estrutura discursiva" (BECKER, 2016). Sobre o quão importante o jornalismo é, escreve Becker (2016, p. 21):

> [...] não deixa de ser pela grande imprensa que a maioria da população do mundo se informa sobre grandes acontecimentos em busca de fontes confiáveis; e, no fluxo contínuo de informações que circulam no ambiente midiático, talvez nunca antes o exercício do jornalismo tenha sido tão necessário para contribuir com as informações e os entendimentos possíveis dos acontecimentos e para fomentar o debate público.

O jornalismo pós-industrial, como denomina um dossiê preparado no *Town Center For Digital Jornalism* da *Columbia Journalism School* em 2012 e traduzido com exclusividade para a Revista de Jornalismo da ESPM trata desta nova realidade dividida em três âmbitos: Jornalistas, Instituições e Ecossistema. Nele, a condição de sobrevivência neste novo cenário pressupõe "[...] a adaptação às novas fronteiras da profissão (...) [com] o uso intensivo de bases de dados, além da interação com múltiplas fontes e com o público" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 30). Antes de ser um cenário apartado do que vimos descrevendo quanto à realidade dos meios na era digital, trata-se de uma análise complementar e, agora, estendido a um produto da indústria midiática em si: o jornalismo.

O texto diz respeito à imprensa norte-americana. Salvaguardadas as diferenças de contexto, podemos, ainda assim, transpor para o brasileiro, até mesmo porque nosso modelo de jornalismo recebeu e recebe influência estadunidense. Além disso, "[...] em todo o mundo

não comunista, o fator determinante no desenvolvimento da radiodifusão, desde a década de 1950, tem sido a expansão do sistema de comunicação norte-americano" (BECKER, 2016, p. 50). Sem falar, do ambiente digital, sem fronteiras quando se diz respeito à técnica e, muitas vezes, ao conteúdo. Assim, como interessados na indústria estadunidense, que exporta seu modelo para muitos países ocidentais, as lições da análise são de suma relevância para esta pesquisa.

Vivenciamos um momento de transição, porque o futuro já é agora. Não é o todo, mas é uma boa parte desse futuro. As transformações do jornalismo estadunidense são inevitáveis, como destaca logo de início o dossiê. Mais que crise, a indústria do jornalismo vive seu desmantelamento ou seu fim, como diz de forma tachativa o texto: "[...] não há mais uma indústria jornalística, por assim dizer" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 32).

No documento, os autores explicam que o que caracteriza uma indústria são as similaridades dos métodos de um grupo uniforme e pequeno, bem como a incapacidade de alguém de fora criar um produto competitivo. Em um momento onde não há mais tanta uniformidade, os grupos são muitos, dinâmicos e, muitas vezes, não competitivos entre si, incoerentes entre si, com ou sem fins lucrativos, com financiamento coletivo ou publicidade na internet, atendendo a diferentes grupos ou portando-se de forma complementar, não é possível falarmos mais em indústria. Os autores explicam:

> [...] Se quisesse resumir em uma sentença a última década no ecossistema jornalístico, a frase poderia ser a seguinte: de uma hora para outra, todo mundo passou a ter muito mais liberdade. Produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita. Nos últimos 15 anos, houve uma explosão de técnicas e ferramentas. E, mais ainda, de premissas e expectativas. Tudo isso lançou por terra a velha ordem. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 32)

A informação atual pode se tornar pública por qualquer pessoa, de forma rápida e fácil, como em protestos pelo mundo divulgados pela tela de um celular. E essas novas fontes não podem ser ignoradas pelo jornalista. A audiência antes passiva, hoje apresenta um poder sem igual de comunicação com a internet, ainda que com limites, como os algoritmos das redes sociais. Segundo os autores (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 43), "[...] em muitos acontecimentos de relevância jornalística, é cada vez mais provável que a primeira descrição dos fatos seja feita por um cidadão conectado, não por um jornalista profissional".

Nesse contexto, a máquina pode ser usada como facilitadora do trabalho humano. Não substitui o jornalista, mas "[...] se há algo que a máquina faz melhor do que o homem é garimpar com rapidez grandes volumes de dados", se bem utilizado e analisado, os dados fornecidos auxiliam no processo de produção do trabalho jornalístico, conferindo qualidade às coberturas e derrubando os custos e o tempo de produção. Segundo o texto, "[...] em entrevista à revista *Wired*, Hammond [diretor de tecnologia da *Narrative Science*] disse esperar que, no futuro, algo como 80% a 90% das matérias sejam geradas por algum algoritmo" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 44).

Porém, quem seleciona, verifica, apura, entrevista, trabalha com o conteúdo, interpreta-o, tornando-o analítico e contextualizado, de utilidade pública, segue sendo a figura do bom e velho jornalista. A máquina não substitui o trabalho humano. Isto é, não se trata simplesmente de divulgar uma informação, que algo que se tem aos montes, mas sim tornar disponível aquilo que alguém não quer que seja publicado. Para os autores, "[...] o jornalista não foi substituído – foi deslocado para um ponto mais acima na cadeia editorial". De acordo com eles, "[...] o aspecto mais animador e transformador do atual cenário jornalístico é poder explorar novas formas de colaboração, novas ferramentas de análise e fontes de dados e novas maneiras de comunicar o que é de interesse do público" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 43-38).

O jornalismo do século XXI demanda eficiência, originalidade e carisma e isso não pode se substituído por máquinas. Até mesmo na eficiência, o jornalista pode ser muito mais no encontro de informações e cruzamento de dados. Isso porque, "[...] o lugar ocupado pelo jornalismo no ecossistema tem a ver (...) com a humanização dos dados, não com o processo de mecanização" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 46). A máquina e outras fontes só aumentaram o formato e a variabilidade destas.

Novas possibilidades demandam novas formas de organização. Não é possível construir o novo com velhos padrões. Num momento em que a audiência (público) é usuária e editora, exigem-se mudanças táticas e da concepção que o jornalismo tem de si. Logo, a posição do jornalista diante de tantos reprodutores de informação é a de sobreposição a do indivíduo, da multidão e da máquina. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

O jornalismo ajuda a estruturar a opinião pública, fazendo com que determinados temas estejam no foco e repercutam. Para os autores (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 33), "[...] na crise atual, a notícia séria é o que importa". Como "[...] notícia séria" definem o *hard news*, o "[...] núcleo duro da notícia", "[...] capazes de mudar o rumo da sociedade",

que não se resume a determinadas editorias, uma vez que, mesmo dentro das editorias de Política e Economia encontramos notícias que mais se parecem com publicidade.

Conforme o dossiê, o bom jornalismo sempre foi subsidiado. No meio jornalístico privado, a maior fonte de subsídio sempre veio de anunciantes, ou seja, de forma indireta e privada. Esta relação, entretanto, entre publicidade e jornalismo nunca foi a de parceria, senão a de uma operação comercial. No entanto, uma vez que a principal fonte de subsídio do jornalismo estadunidense é o apoio da publicidade, as práticas comerciais se intersectam com as práticas jornalísticas, daí a importância de tratar do assunto que diz respeito ao hoje e ao amanhã da profissão (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Não há, porém uma solução universal, para o dilema do subsídio contemporâneo. O que se recomenda é que "[...] qualquer saída par ter mais receita do que custo é uma boa saída, seja a organização grande ou pequena, de nicho ou generalista, voltada ou não ao lucro", o que está em xeque, porém, é que o modelo de publicidade até então vigente na maioria dos meios de comunicação está em risco (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 35).

O motivo pelo qual grupos ou indivíduos decidiam anunciar em veículos de comunicação estava diretamente relacionado à falta de opção em encontrar maneiras de, ao mesmo tempo, publicitar seus produtos e serviços e atingir seu público consumidor para comprá-lo. Quando não era esse, o motivo era o prestígio. "[...] Anunciantes nunca tiveram interesse no patrocínio propriamente dito de meios de comunicação" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 35).

Com a internet, essa forma de subsídio está na berlinda, já que a publicidade nas redes sociais é barata, pode ser mensurada e direcionada diretamente ao público-alvo sem intermediação dos tradicionais meios de comunicação, substituídos por oligopólios globais, como os detentores das redes sociais digitais. E este cenário previsto já é atual. De acordo com os autores, "[...] o fato de que a internet, mesmo sendo um meio visualmente flexível, tenha se adaptado mais depressa ao *marketing* direto do que à publicidade convencional foi uma decepção para veículos de comunicação, que sempre tiveram um ganho desproporcional com a velha publicidade" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 36).

De acordo com Becker (2016), uma consequência direta, em um primeiro momento, da migração da publicidade para a internet é a crise nas redações - estamos falando das redações comerciais que tem esse tipo de financiamento como única forma de receita -, que levam ao fechamento de muitos veículos e a demissão de profissionais, os chamados

passaralhos[4] nas redações jornalísticas, tanto em países de primeiro mundo, como na América Latina, portanto, o Brasil também.

Segundo Anderson, Bell e Shirky (2013), analisando como um segundo momento, de reinvenção, o custo da produção de conteúdo, porém, diminuiu. A infraestrutura, antes cara e que demandava uma série de materiais, hoje é paga por todos e converge para um só lugar: a internet, exibida por telas portáteis e móveis ou não. A produção, antes em várias escalas, encontrou a facilidade da compactação e miniaturização das atividades em um só lugar, muitas vezes.

O conteúdo, por sua vez, passou a ser fragmentado e personalizado, características por si mesmas neutras, qualificadas de acordo com o uso. Antes, a preguiça favorecia a inércia, ou seja, a manutenção do telespectador, ouvinte ou leitor na frente de determinado canal ou veículo impresso. Atualmente, a preguiça favorece a dispersão, isto é, com a presença de *feeds* e *links*, o público está constantemente mudando e consumindo conteúdos diferentes.

Essa, porém, ainda não é a realidade de muitos veículos que insistem em se manter no modelo tradicional. No entanto, a crise no setor, principalmente financeira, tem forçado esses grupos a se adaptarem aos novos tempos, reestruturando modelos e processos organizacionais. O jornalismo, por outro lado, deve ter algumas habilidades imprescindíveis: a mentalidade de fazer diferente, de inovar; redes de contato e fonte, tais como o público seguidor, cujos papéis da edição, apuração e pauta ficam delegados a essa rede; ter uma persona pública, isto é, algo parecido ao que os antigos colunistas tinham, agora deve ser "[...] parte do trabalho de todo jornalista" (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 48), tem a ver com a reputação e o objetivo é o de atrair a atenção para que queira ser assistido, ouvido, lido.

Além disso, o jornalista deve: ter conhecimento especializado, muito além do que todo mundo sabe do básico do jornalismo, o que tem efeitos diretos na velocidade da cobertura e na qualidade da reportagem, mais contextualizada e explicada; aprender a lidar com dados e estatísticas sabendo tornar o dado acessível, ou seja, muito além do meramente disponível; saber usar dados que estão nos bastidores da divulgação da notícia, para otimizar, potencializar sua circulação e consumo, como o *Google Analytics*; programação, isto é, o jornalista necessita aprender a escrever ou, pelo menos, dominar códigos; narrar bem um fato segue sendo imprescindível; entender de gestão de projetos significa estar a par da colaboração, dos processos, juntá-los e produzir um conteúdo que funcione, uma matéria que

[4] Jargão jornalístico que denomina demissão em massa de jornalistas.

deixa de ser unidade, para se tornar um fluxo de atividades (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013).

Becker (2016) também salienta o trabalho colaborativo permitido pela rede, a flexibilização na produção, as consequências do trabalho integrado de jornalismo como o estresse e a produção maior e em menor tempo de conteúdo. As mudanças no jornalismo devem também levar em conta as novas gerações que já conformam e conformarão o público, o jornalismo precisa se renovar, uma vez que suas convenções, em grande parte, são do século XIX.

Apesar de ser tendência e recomendações para os próximos anos, o dossiê deixa claro que mesmo nos Estados Unidos, essas mudanças estão acontecendo muito esporadicamente em redações comerciais – apesar de, no que diz respeito às mudanças no jornalismo, ser uma reflexão que transcende os limites desse perfil de redação –, como o caso do jornal The New York Times, bem como em sites independentes. Há receio de mudar por parte das empresas, mas a crise já vem enxugando as redações, diminuindo o número de anunciantes e de público, caindo a qualidade e relevância do trabalho. É uma questão de tempo para que a mudança, se não for espontânea, seja compulsória. No Brasil, o cenário não é e nem será diferente.

2.3. Gênero televisivo e prática jornalística: as tendências do telejornalismo

De um lado, o papel que ocupa a televisão no Brasil, de outro o que representa o jornalismo nas sociedades, a união entre esses dois campos nos confere um produto interessante. Como construtora da realidade social, Vizeu e Correia (2008) explica a notícia televisiva como uma forma de conhecimento, ou seja, o conhecimento do telejornalismo, cujas práticas precisam ser constantemente problematizadas. Além disso, o autor considera a presença do telejornalismo no Brasil como um lugar de referência.

Nas enunciações do acontecimento, o telejornalismo, que se trata uma construção social, segundo Williams (2016), tem ocupado papel central na mediação entre os acontecimentos e a sociedade (SILVERSTONE, 1996). “Os estudos de televisão e de telejornalismo demonstram que os noticiários ainda exercem papel dominante na produção e no consumo de conteúdos e formatos noticiosos audiovisuais na atualidade” (BECKER, 2016, p. 55). Além disso, se ao assistirmos a um programa, como a um telejornal, assistimos à televisão, seu fluxo ininterrupto (WILLIAMS, 2016), compreendemos a força do meio e da programação em si que se retroalimenta e, a partir disso, se fortalece.

Nos programas televisivos, como os telejornais, é crescente o aumento de transmissões ao vivo (BECKER, 2016, p. 14), relembrando os tempos primeiros da televisão e diminuindo os custos de produção de notícia. O principal motivo é acompanhar a instantaneidade das mídias digitais, que requerem esse tipo de recurso para fazer possível uma convergência quase simultânea.

Nesse novo momento, são investidos em linguagem coloquial e formatos de diálogos mais flexíveis entre repórteres, âncoras e o público; a informação, por sua vez, é ligada ao entretenimento. O testemunho passa a ser valorizado no telejornalismo, não só do público, mas do repórter que relata sua experiência vivida no local do acontecimento. Há, portanto, como consequência das reconfigurações do gênero televisivo e das práticas jornalísticas, uma reconfiguração dos noticiários televisivos (BECKER, 2016).

Na perspectiva de Becker (2016, p. 22-28), o telejornalismo é um "[...] fenômeno cultural na contemporaneidade". Não só a televisão, mas também os telejornais "[...] exercem uma centralidade nos discursos midiáticos contemporâneos na construção da realidade social cotidiana e constituem-se cada vez mais em um ambiente estratégico de mediação de discursos de instituições e de outros campos de produção simbólica na contemporaneidade".

De acordo com a autora, vivemos no século XXI a terceira fase de transmissões de notícia não só no Brasil, mas em todo o mundo. A primeira foi marcada pelo rádio e telégrafo sem fio. A segunda, pela transmissão de áudio e vídeo, por cabo e satélite, com canais 24 horas. A terceira se dá com a introdução das tecnologias digitais, reinventando a forma de produzir conteúdos, como escrever notícias.

Desse modo, a interação entre a TV e o computador é a etapa mais recente da transmissão de notícias, o que faz da televisão parte da cultura digital (BECKER, 2016). O corpus desta pesquisa foi, por exemplo, primeiramente exibido na TV, tanto no caso dos dois telejornais, Jornal Nacional e Repórter Brasil Noite; neste momento, porém, temos acesso a ele por meio da internet, por computador, outros dispositivos móveis e pela *Smart* TV da televisão digital.

Mesmo com o advento das tecnologias digitais e, como consequência, os impactos da convergência, os telejornais seguem sendo "[...] uma extraordinária e poderosa fonte de informação" (BECKER, 2016, p. 31). Os telejornais são atores sociais importantes no cotidiano das pessoas. Além de oferecer informação, fornece conhecimento a partir das notícias. Os números corroboram com essas descrições. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Hábitos de Consumo de Mídia de 2015, encomendada ao IBOPE Inteligência, 79% das

pessoas que assistem à televisão têm como motivo se informar; diversão e entretenimento ocupam o segundo lugar com 67% (SECOM, 2015, web).

Não só o modelo de TV, mas o de telejornais foi incorporado do estadunidense que influenciou "[...] do estilo da linguagem ao conceito de rede" (BECKER, 2016, p. 33). Os programas televisivos, sob subordinação dos interesses de anunciantes, receberam nos anos 1960 os nomes de produtos. Podemos citar um noticiário televisivo emblemático disso no Brasil, o Repórter Esso da TV Tupi, a primeira em solo nacional.

Segundo Becker, o Jornal de Vanguarda, considerado por Marshall McLuhan "[...] o melhor telejornal do mundo" foi, na década de 1960, um dos precursores na tentativa de desenvolver um noticiário televisivo inovador, em linguagem e estilo, embora, concomitante a isso, "[...] o telejornalismo mais crítico e criativo [começasse] (...) a sofrer os efeitos da instabilidade política, da falta de recursos e das pressões da censura" (BECKER, 2016, p. 34).

2.4. A linguagem da TV, do jornalismo e do telejornalismo: a edição de imagens, a aproximação com o cinema e o texto jornalístico

Quanto à linguagem em si da TV, do jornalismo e do telejornalismo, a edição de imagens, que se desenvolveu com a história da televisão, inseriu a TV na história do documentarismo, que passa a receber esse nome em 1920, segundo Lage (2006, p. 33-34). De acordo com o autor, a experiência vivenciada pelos pioneiros daquele gênero, permitiu "[...] ao jornalismo contemporâneo dispor de dimensão semântica muito maior do que a dos veículos gráficos".

O autor exemplifica isso a partir de uma ilustração de Brajnovic (apud LAGE, 2006), com um acontecimento em que se casam figuras célebres, mas atualmente desconhecidas ou esquecidas. No jornal, o acontecimento passa despercebido. Na tela da TV, atrai a atenção do público. Também acontece com as duas Grandes Guerras do século XX, na TV ganham um grau maior de interesse e notabilidade.

> [...] A documentação visual dá dimensão de reportagem ao acontecimento singular e eventualmente revela focos de interesse que escapam ao texto. Aviões caem em acidentes que nem sempre são noticiados com destaque; o registro por imagens da queda do menor deles, no lugar mais remoto, com o piloto mais desconhecido e mediano, é um evento dramático em si. Reportagens de televisão são documentários sobre a vida de um personagem, um acontecimento histórico, uma realização artística, costumes, animais, exercício de uma profissão etc. Podem contar uma história, com a tradição

> narrativa do cinema-ficção; defender uma tese; expor assuntos; retornar no tempo, de imagens atuais para precedentes no passado; opor temas conflitivos. São construídas com a perspectiva centrada em uma personagem ou objeto (...); com a sequência narrativa delimitada entre nascentes e poentes ou apoiada em temas paralelos (digamos, o urubu que insiste em pousar na trave do gol do time perdedor (...); com reportagens de ação, em que a equipe interfere no curso de uma atividade ou negócio para revelar seu mecanismo (...); com a câmera partindo dos planos mais gerais até o detalhe menos desvelado, ou o contrário; com as imagens do mesmo acontecimento compondo versões conflitantes. (LAGE, 2006, p. 35-36)

Nesta mesma linha de percepção semântica, se comparada a TV com o impresso, Hall (2003, p. 370-371) explica que o signo televisivo é constituído por dois tipos de discurso, visual e auditivo, o que o torna complexo. Neste sentido, os signos icônicos são vulneráveis de serem entendidos como naturais, assim, "[...] o signo linguístico 'vaca' não possui

nenhuma das propriedades da coisa representada, ao passo que o signo visual parece possuir algumas dessas propriedades". De outro modo, significa que "[...] o signo visual para 'vaca' realmente é (em vez de representa) o animal". Ou seja, as imagens televisivas carregam um processo de sedução e apreciação da realidade muito maior, em termos de dimensão semântica, do que qualquer outra mediação de massa de representação da realidade.

Há muitas particularidades na notícia televisiva se compararmos à imprensa. Enquanto a voz que sai pelo televisor é a de um "[...] narrador pessoal e onisciente", a das páginas do jornal é um "[...] narrador impessoal" (GOMES, 2011, p. 26). A televisão confere mais importância ao espetáculo que o jornal. A TV se organiza e se apresenta no tempo, o jornal no espaço. São diferenças no tocante à "[...] estrutura, voz e conteúdo" (WEAVER, 1993, p. 297-303).

Naquele sentido de documentarismo, trata-se da linguagem do cinema, cuja concepção varia entre duas vertentes: a da teatralização, a partir da fragmentação, seleção e enquadramento da imagem, reelaborando "[...] a realidade em um produto que soma às relações *em presença* da fotografia às relações *em sucessão* da imagem em movimento" (LAGE, 2006, p. 36-37, grifo do autor). Teatralidade esta, eivada de padrões culturais e portadora de sentido; e a outra vertente, o que ele chama de "[...] prevalência da realidade sobre as construções retóricas", ou seja, os fatos falam por si, o simples ato de mostrar já diria tudo o que precisaria ser dito, concepção essa que aparentemente se parece mais com o jornalismo do que a primeira, acentua o autor, não deixam, todavia, de se vincularem.

Essa articulação é ainda mais possível com a gravação digital. Mesmo com o videoteipe, desenvolveu-se a possibilidade do experimentalismo. Isso porque a tecnologia possibilitou de forma rápida e barata a regravação e mesmo gravação contínua. Sem falar na facilitação de corte, principalmente no meio digital, em computadores. Em um programa ao vivo, ou mesmo gravado é possível inserir posteriormente na ilha de edição imagens não-lineares, compondo a narrativa com a linearidade de tal programa.

Lage (2006), porém, pontua que apesar dessas aproximações, há diferenças entre a televisão e o cinema. São elas: a dimensão e a proporção da imagem, a relação do público com a obra e vice-versa, é diferente ver o conteúdo audiovisual na telinha em casa e na telona entre estranhos; a televisão abarca ainda mais que o cinema, isto é "[...] a ficção compete com a realidade mostrada e a imagem editada, com a transmissão ao vivo. Entre a tragédia e o show de variedades, basta apertar um botão"; além disso, a audiência pode ser gigantesca na televisão. A partir da convergência com a internet, aponta ainda Lage (2006), onde predomina a pluralidade de canais, a audiência passa a ser mais pulverizada, assim, mais reduzida.

Por trás do audiovisual, há texto em tudo. Na fala do repórter e do âncora, no caso dos telejornais, na *cabeça*, no enquadramento da câmera, na pauta da entrevista, etc. A escolha das palavras e expressões facilitam o trabalho e permitem o controle de qualidade. No jornalismo, a ênfase está no conteúdo, na informação, processada em escala industrial e para consumo imediato.

Uma vez que o texto está sempre disposto à crítica, a linguagem deve ser mais objetiva e atual possível. Não há, por assim dizer, uma definição de linguagem jornalística, segundo Lage (2006, p. 48) "[...] definir (...) é restringir um conceito". Ainda de acordo com o autor, "[...] as restrições que se aplicam à linguagem jornalística serão relacionadas com os registros de linguagem, com o processo de comunicação e com compromissos ideológicos".

Sobre o registro de linguagem, o coloquial é o mais acessível para a população; em contrapartida, o formal é o mais aceito socialmente. De acordo com Lage (2006), a linguagem jornalística se encontra entre esses dois registros, incorporando as características de ambos, ou seja, a acessibilidade, de um lado, e a aceitação, de outro. Conforme o autor, "[...] ela [a linguagem jornalística] é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que *são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal*" (LAGE, 2006, p. 50, grifo do autor). A linguagem jornalística compreende:

> [...] a) neologismos de origem coloquial, sintéticos (fusca, frescão) ou de grande expressividade (dedo-duro, pau-de-arara); b) denominações de

> objetos novos, de origem científica ou popular (lêiser, videoteipe, celular); c) metáforas com intenção crítica (mordomia, mensalão); d) atualizações necessárias (roqueiro, petista); e) designações técnicas que precisem ser consideradas em sua exata significação para entendimento ou eficácia do texto. Tais incorporações, quando de emprego recente ou incomum, poderão ser marcadas por destaque gráfico (entonação especial de leitura) e acompanhadas de explicações. (LAGE, 2006, p. 51)

Acerca do processo de comunicação, Lage (2006) explica que a comunicação jornalística é referencial, concreta, fala de algo do mundo, exterior ao processo de comunicação. Uso quase obrigatório de terceira pessoa, marcante na Língua Portuguesa, onde há exigência do pronome oblíquo (se), com algumas exceções: crônica, reportagens-testemunho. Diferentemente do material didático, o jornalismo não é metalinguagem, "[...] as proposições principais dão conta de *transformações*, *deslocamentos* ou *enunciações* (notícias); de conjuntos complexos de fatos (*coberturas*); ou são formuladas a partir de *acontecimentos* (reportagens interpretativas, artigos)" (LAGE, 2006, p. 51-52).

Segundo Lage (2006, p. 52-54), no texto jornalístico, o uso de "[...] *adjetivos testemunhais e as aferições subjetivas devem ser eliminados*", uma vez que o jornalista fala a um grande número de público diverso, assim, devem ser substituídos por dados ou comparações. Por exemplo: em vez de "[...] edifício alto", dizer "[...] quantos andares tem o edifício". Outro exemplo: em vez de "[...] a potência de uma usina em megawatts", "[...] dar ideia da potência de uma usina informando o consumo instantâneo de uma cidade". O objetivo é ter o *efeito de realidade*, a verossimilhança do relato, característica do jornalismo.

No que diz respeito ao compromisso ideológico, não é possível fazer jornalismo fora de um contexto de tempo e espaço, ou seja, tempo histórico e a sociedade. Desse modo, conforme Lage (200, p. 56-57), a ideologia está presente na linguagem jornalística. Segundo Lage (2006), o poder gera conceitos, como em "[...] milagre brasileiro", do general Emílio Garrastazu Médici[5], ou "[...] Brasil de todos" de Luiz Inácio Lula da Silva.

Ainda, é possível construir retoricamente a ponto de gerar expressões ambíguas deliberadas e oportunas, como em "[...] ambiguidades raciais (morena, escurinha, nega), econômicas (empresários, em lugar de capitalistas ou burgueses; empreendedores, classes produtoras)"; com o uso de eufemismos, como em "[...] 'paralização de trabalho' por 'greve'", "'[...] empréstimo a fundo perdido' por 'doação'", com agressividade explícita: "[...]'luta' partidária, 'batalha' eleitoral".

[5] Foi o terceiro presidente do período da Ditadura Militar no Brasil, entre 30 de outubro de 1969 e 15 de março de 1974.

A retórica do jornalismo está diretamente ligada à identificação em suas promoções. De acordo com Lage (2006, p. 61) tratam-se, entre elas, de "[...] notícias sobre pessoas notáveis", "[...] notícias sobre personagens que correspondem a estereótipos sociais", "[...] notícias que se articulam em torno de personagens que correspondem a aspirações coletivas". O autor explica a interferência dessas identificações até mesmo em critérios jornalísticos:

> [...] A identificação (com personagens ou contextos) é tão forte que interfere em critérios jornalísticos fortemente assentados, como a atualidade e a proximidade. Por exemplo: a descoberta de um romance envolvendo personagens bíblicos seria notícia ainda hoje. Politicamente, o fluxo centralizado de informações aproxima cenários distantes. Mas essa condensação e tribalização do mundo (a "aldeia global") opera num só sentido, da periferia para o centro: porque, se um jovem pobre do interior se identifica com o atleta "malhado" de Ipanema, a recíproca é improvável (LAGE, 2006, p. 62).

Dadas as características dessas linguagens, abordaremos no próximo capítulo a construção e o simbólico na matéria jornalística, com ênfase na construção das representações de identidade latino-americana na notícia.

3 Representação e poder simbólico na notícia e a identidade latino-americana

O capítulo trata de como se dá a construção da notícia e como ela está eivada de representações e valores simbólicos. A partir disso, discorremos sobre os atores sociais e outras instituições de mídia que estão por trás da produção da notícia. Explicamos as relações entre eles e com os outros atores sociais, que se dá por meio do poder simbólico da mídia.

Esclarecemos o conceito de identidade por meio de uma perspectiva antropológica, abordada por Cuche (1999). Então, passamos a discutir os acontecimentos históricos que nos fazem nações em comum dentro da América Latina, apesar de nossas diferenças. Em seguida, tratamos o conceito teorizado por Darcy Ribeiro, Gilberto Freyre e Paulo Freire de identidade latino-americana. Finalizamos relatando a ausência, quando não marginalização, da pauta latino-americana no noticiário brasileiro, que, diga-se de passagem, também é latino-americano.

3.1. Meios de comunicação de massa: construtores da realidade social

Toda notícia jamais consegue retratar o fato puro em si, senão uma versão ou várias versões dele, não todas. É um retrato, uma janela para compreender o fato. Esta é a primeira premissa para começarmos a discutir o que é a notícia, como o fato é construído nela e, já que se trata de uma versão do fato, sua representação, nos meandros dessa construção está o elemento simbólico, fruto do olhar do repórter e da cultura do meio pelo qual ele trabalha acerca do fato, ou seja, a interpretação sobre o fato.

Sabe-se, contudo, que "[...] toda forma de enxergar é uma forma de ocultar" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 115), intencional ou inconscientemente. Escreve ainda Bourdieu (1997, p. 61) que jornalistas são por vezes perigosos: "[...] nem sempre sendo muito cultos, surpreendem-se com coisas não muito surpreendentes e não se surpreendem com coisas espantosas".

Isso porque os jornalistas têm acesso à notoriedade pública que, segundo Bourdieu, é um prêmio capital para políticos e certos intelectuais. Alguns, pelo menos os mais notáveis, são cercados desses atores sociais "[...] de uma consideração muita vezes desproporcional a seus méritos intelectuais". Essa posição de visibilidade na sociedade facilita com que imponha sua visão de mundo e seu interesse e deixe outras, relegando à indiferença e insignificância,

sem o conhecimento do público/cidadão, uma vez que todo discurso e toda ação para acessar o debate público passa pela seleção do jornalista (BOURDIEU, 1997, p. 66-67).

Essa construção pelo jornalista é carregada também do seu repertório e de falhas, da sua visão, da sua formação. "[...] Por falhas dos jornalistas pode-se citar o despreparo e até a ignorância intelectual, a despolitização, o pouco tempo dedicado aos estudos e a submissão aos manuais de redação e à ideologia das empresas que condicionam o uso de categorias de pensamento para selecionar no cotidiano o que deve ser notícia" (BARBOSA, 2017, p. 31).

No caso da televisão, aquilo que se vê, não é o fato em si, mas a imagem do fato (BOURDIEU, 1997, p. 12). Ainda, particularmente, a imagem produz o efeito de real e o efeito no real, ela pode tanto fazer ver como fazer crer no que se vê, cria uma realidade. Isso parece óbvio, mas no ato de assistir à telinha passa despercebido pelo público, principalmente o que não tem esse repertório. Vale ponderar sobre a televisão que "[...] se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas" (BOURDIEU, 1997, p. 23). Sobre ocultar mostrando na televisão, explica o autor:

> [...] Desejaria dirigir-me para coisas ligeiramente menos visíveis mostrando como a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade (BOURDIEU, 1997, p. 24).

A matéria-prima do jornalismo - atividade especializada, cujos profissionais são construtores e transmissores da realidade social, porque são institucionalizados e tem legitimidade garantida pelas sociedades para tal - é a atualidade acessada pela mídia. Rodrigo Alsina (2009, p.9-10) escreve que a atualidade é "[...] os acontecimentos aos quais tem acesso a mídia, mesmo assim, 'a atualidade' transmitida em forma de notícias é apenas uma pequena parte desses acontecimentos" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 9).

Isto significa que muitos fatos passam despercebidos, não se tornam notícia, portanto, existem, mas é como se não existissem. E os que passam a existir, ou seja, viram notícia, sempre carregam uma realidade simbólica. "[...] Os jornalistas têm 'óculos' especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado" (BOURDIEU, 1997, p. 25).

É a partir da notícia, do relato, que o jornalista constrói socialmente uma realidade, produto midiático, que é sempre parte da realidade como um todo. Para Bourdieu (1997, p.

27) “[...] nada mais difícil do que fazer sentir a realidade em sua banalidade”. A partir dessa realidade construída, a informação, colabora para a formação da opinião pública, socialmente relevante, uma vez que “[...] esta informação, delimitará, de certa forma, seu horizonte cognitivo” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 9). O relato gera “[...] sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização)” (BOURDIEU, 1997, p. 28).

É importante frisar o termo “colaborar”. Colabora para a formação da opinião pública, porque a mídia não é a única instituição onde se produz a construção da realidade social, mas é uma das mais importantes. Além disso, “[...] em cada âmbito social específico, produz-se uma reinterpretação da informação” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 53).

Como outra perspectiva, para Chauí (2006, p. 13), o jornalismo é “[...] protagonista da destruição da opinião pública”, oferece um pseudoconhecimento que substitui a prática. Esse movimento caracteriza a despolitização, o lugar da política e das relações sociais passa a ser um lugar privado, “[...] o mundo vira espetáculo do espetáculo da comunicação”.

Na ótica de Rodrigo Alsina (2009), a construção da notícia, permeia não só a sua produção, mas também a circulação e o consumo/reconhecimento. Para o público, que a vai consumir, esses meandros muitas vezes não são óbvios e perceptíveis, por causa também da autoimagem vendida pela própria mídia de transmissores fiéis da informação. É aí que está o problema - na autoimagem vendida - e não a notícia ser uma versão em si mesma.

Notícia é, portanto, “[...] uma realidade simbólica, pública e quotidiana, (...) uma produção do discurso, (...) gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 11-14), uma vez que os jornalistas, além de construtores da realidade social, conferem estilo narrativo a essa realidade, em um processo de elaboração textual, verbal e não verbal, afinal, como explica Bourdieu (1997, p. 26), as imagens são dominadas pelas palavras, uma foto ou um vídeo nada são sem o elemento textual que o descreve, o caracteriza, “[...] nomear, como se sabe, é fazer ver, é criar, é levar à existência”.

Para Rodrigo Alsina (2009, p.13) “[...] os acontecimentos são ‘realidades’ históricas determinadas socioculturalmente”, isto é, dentro de um contexto histórico, social e cultural definidos. Também “[...] na atualidade, a mídia estabelece parâmetros para delimitar os fatos

que podem ser enquadrados como acontecimentos", dentre esses parâmetros podemos citar os critérios de noticiabilidade[6] e a própria ideologia do jornalista e/ou do veículo midiático.

Quando falamos em construção simbólica e representação na notícia, em versão ou versões, estamos inevitavelmente discorrendo sobre viés noticioso, ou seja, de que lado ou que lados a notícia se apresenta. Rodrigo Alsina (2009) considera que as fontes de informação desempenham papel principal na construção noticiosa. Conforme o autor, "[...] a relação entre acontecimento-fonte-notícia é essencial para a construção social da realidade da informação" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 52-174). Além disso, as fontes são "[...] elementos essenciais para o estatuto da prevalência da verdade desses discursos".

Entretanto, o que está sujeito a acontecer, uma vez que na construção da notícia se trata, para muito além de critérios de noticiabilidade, de escolhas por parte do jornalista e da mídia, é a priorização de fontes de informação. O motivo, por si só, que levou a priorização de determinada fonte já pré-determina uma escolha, baseada em uma perspectiva, um viés, uma ideologia. A classe política é um exemplo disso. "[...] Entre os sujeitos sociais que geram os fatos-ruptura e os fatos-notícia, surge, na mídia, um sujeito privilegiado (a classe política), depositário da função de continuidade e de manutenção da ordem" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 177), em outras palavras, do *status quo*.

A maneira como a notícia se apresenta ao público, na prática, também denota uma perspectiva que pode estar de acordo tanto com critérios de noticiabilidade, como também com transcendê-los. A matéria que entra na capa do jornal, a notícia que fica resumida a uma fotolegenda, a uma nota no pé de página, a notícia que abre e finaliza no noticiário televisivo e radiofônico, a quantidade de tempo dada para uma determinada matéria no rádio e na televisão, se a notícia será transformada em uma nota simples, nota coberta ou uma reportagem no telejornal, ou em um boletim gravado, entrada ao vivo, ou reportagem gravada com sonora pelo repórter. Essas escolhas pré-determinam notícias mais importantes, das de menor relevância.

Um dos critérios de noticiabilidade que mais está relacionado com a credibilidade é o da objetividade. No entanto, "[...] no mundo da mídia, a objetividade continua sendo um dos mitos mais complexos de serem banidos" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 14). Isto porque, como vimos explicando até aqui, se se trata de construção e esta é baseada em escolhas, a objetividade plena não existe, é utopia. O que não significa que não seja possível escrever uma notícia atentando-se para todos os lados e perspectivas possíveis. É preciso ter em mente

[6] Optamos por deixa-los para uma discussão posterior.

que na construção da notícia, antes de tudo, mais do que compreender ou selecionar o fato excepcional, a função jornalística é contextualizá-lo. Ou seja, busca-se a objetividade, embora atingi-la plenamente seja tarefa impossível.

A credibilidade está sim, muito mais relacionada, a um "[...] contrato pragmático fiduciário social e historicamente definido", baseado no duo "[...] verdade-confiança". Segundo Rodrigo Alsina (2009, p. 48-49), para que o contrato pragmático-fiduciário seja aceito, "[...] a estratégia consiste em construir um discurso no qual se possa acreditar". Para isso, o jornalista faz aparecer no discurso as fontes de informação, utilizando do discurso direto e indireto, expõe dados de documentos, etc. Assim,

> [...] Os jornalistas têm a incumbência de recopilar os acontecimentos e os temas importantes e dar-lhes sentido. Esse contrato baseia-se em atitudes epistêmicas coletivas, que foram se compondo através da implantação do uso social da mídia como transmissores da realidade social de importância pública. A própria mídia é a primeira que realiza uma prática contínua de autolegitimação para reforçar esse papel social. (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 47)

Dessa forma, em princípio, a primeira função da mídia seria o que o autor descreve como "[...] fazer saber", para isso, a informação midiática deve ser entendida como real, verdadeira, caso contrário não fará "[...] nos fazer saber". Porém, o discurso midiático não somente informa, "[...] não pretende só transmitir o saber, mas também pretende fazer sentir". Assim, "[...] a mídia nos propõe um contrato pragmático fiduciário que tem a intenção de que acreditemos que o que eles dizem é verdade, ao mesmo tempo em que nos pedem para que confiemos no seu discurso informativo" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 48).

Se não acreditássemos na mídia, esclarece Rodrigo Alsina (2009), estaríamos diante de um saber questionável. "[...] Portanto, para que um discurso seja efetivamente informativo, deve acontecer um contrato pragmático fiduciário. Devemos acreditar que isso que se diz é verdade, e que aconteceu de fato assim mesmo". Se um veículo de comunicação não tem credibilidade, "[...] suas informações perdem o sentido virtual e não servem para a informação" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 48).

Com tudo isso, é importante dizer que a notícia divulga "verdade", em troca de credibilidade, mas é importante se ater que essa "verdade" não é absoluta e que todo um processo de construção de sentido por trás. A instituição midiática muito mais do que transmitir informação, constrói sentidos, "[...] a mídia não cessa de intervir para enunciar vereditos" (BOURDIEU, 1997, p. 83), por esse processo de produção, circulação e consumo, que nada mais é do que um processo comunicativo (RODRIGO ALSINA, 2009).

Se na produção da notícia há interpretação do fato por parte do repórter, no consumo, há interpretação pelo público do fato pela notícia, ou seja, é uma interpretação de uma interpretação do repórter, uma reinterpretação. Quando pensamos nesse processo comunicativo devemos entender que "[...] o ato interpretativo deve contar (e de fato conta) tanto com o que se diz, quanto com o que não se diz, tanto com o que foi dito, quanto com o contexto em que se diz e quem o diz" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 39).

3.2. A serviço de ou contra quem estão os meios de comunicação de massa?

A televisão, como todo meio de comunicação de massa, uma vez que produzem sentido, não é neutra, representa um acontecimento, ou como prefere Chauí (2006), constrói um simulacro. Uma vez que a mídia expressa um poder simbólico, compreender a serviço de quem ou contra quem ela opera é primordial para pensarmos em discutir a perspectiva da construção, por determinada mídia, de uma notícia específica. Na perspectiva de Rodrigo Alsina (2009, p. 52) "[...] indubitavelmente, a organização condiciona a produção, não só no nível técnico, mas também no ideológico".

Quando falamos em comunicação, pressupomos um processo horizontal, interacional, onde todos os participantes são comunicadores. Quando falamos em meios de comunicação, detidos por proprietários e concessionários, nem sempre a comunicação se dá nesse sentido. Quando falamos em monopólio/oligopólio de mídia ou, ainda, pior, de vozes, estamos nos referindo a uma informação massiva unidirecional, portanto não plural e não diversa. Nas palavras de Chauí (2006, p. 29-30), "[...] a 'mídia' é o senso comum cristalizado, que a indústria cultural devolve com cara de coisa nova".

A classe dominante, quem detém esse poder de monopolizar e hegemonizar o discurso, confundindo-se, muitas vezes, com a própria mídia, geralmente comercial, detém o poder simbólico, por meio da mídia massiva, atingindo um grande índice de audiência, para pautar a opinião e o debate público em torno da legitimação de sua dominação social. "[...] A classe dominante (...) tem em vista impor a legitimidade da sua dominação quer por meio da própria produção simbólica, quer por intermédio dos ideólogos conservadores" (BOURDIEU, 1989, p. 12).

No bojo das sociedades capitalistas e modernas, onde se prioriza o lucro por meio do consumo, este é incentivado por meio dos veículos de comunicação de massa. Grupos econômicos e políticos em pequena quantidade, mas dominantes, visto que detêm o poder de

decisão, manutenção do *status quo* e, portanto, de seus privilégios, se utilizam da mídia com essa finalidade particular e não para visar ao interesse público, de todos, que seria o esperado, já que o direito à informação é um direito humano.

Trata-se de uma estrutura de poder de escala global que se repete nos contextos nacionais e regionais. Na revista Chasqui, de 1982, o jornalista e comunicador peruano Juan Gargurevich, escreve sobre os meios de comunicação social, o jornalismo e as relações desse poder simbólico, em suma, sobre a "[...] incomunicação social na América Latina" (GARGUREVICH, 1982, p. 23). Para o autor,

> […] ¿Cómo es ése periodismo? En primera instancia es el periodismo que pregona la objetividad, que proclama la libertad de prensa y reclama el liberalismo absoluto en cuestiones económicas. Son los abanderados del anticomunismo utilizándolo para anatemizar y obligar a perseguir a quienes hubiera que quitar del medio. Los "media", especialmente los diarios, son cerrados al cuestionamiento, sirviendo solo de correa de transmisión entre los intereses de quienes detentan su propiedad y las masas de lectores que aceptan pasivamente, su rol de manipulados. ¿Se podría decir que en todos países de América Latina persiste tal situación? Debemos reconocer que no hay casi diferencias, que los matices no alcanzan alterar el cuadro pese a las situaciones peculiares de Cuba, Perú y, antes de la corta experiencia chilena. (...) El fenómeno no es privativo de América Latina y puede generalizarse a la mayoría del Tercer Mundo, a los países subdesarrollados. (GARGUREVICH, 1982, p. 23-24)

No caso mais específico do Brasil, quem detinha durante toda a história e detém atualmente o poder econômico, também deteve e detém poder político de influência e, não raras as vezes, de decisão por meio da mídia, porta-voz desse poder, ou diretamente por meio de políticos brasileiros, quando não são eles mesmos políticos. Quem representaria uma maioria, acaba por representar a vontade de poucos, que financiaram durante campanha eleitoral e seguem pressionando por meio do financiamento midiático ou pela própria propriedade e/ou concessão midiática. Essas questões são discutidas à exaustão por Chauí (2006) e Bourdieu (1989).

Devido a uma estrutura social autoritária e tirânica, que permeia todas as classes sociais (CHAUÍ, 2006), há um consenso implícito na sociedade a respeito desse poder simbólico. Bourdieu (1989, p. 7-8) esclarece o conceito: "[...] o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que exercem".

Dentre todos os veículos, a televisão é instituição cultural central e, atualmente, "[...] os acontecimentos são submetidos às normas da televisão" (RODRIGO ALSINA, 2009, p.129). Na mesma perspectiva, Chauí (2006) salienta que os acontecimentos deixaram de

acontecer por si só, tornando-se preparados para serem transmitidos. Por isso, o poder da televisão se potencializa em relação aos outros meios de comunicação massivos. “[...] A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política" (BOURDIEU, 1997, p. 29).

Podemos observar a fragmentação, descontextualização nos noticiários televisivos. “[...] Os acontecimentos são relatados como se não tivessem causas passadas nem futuras” (CHAUÍ, 2006, p. 46). No relato midiático muitas vezes faltam causas, consequências, tempo e espaço. Não há, portanto, uma história a ser contada.

Assim, o público é persuadido de que “[...] o mundo está na TV”, quando na realidade a “[...] TV é o mundo”, ou seja, o produz, uma vez que “[...] o que vemos são as imagens escolhidas, selecionadas, editadas, comentadas e interpretadas pelo transmissor das notícias” (CHAUÍ, 2006, p. 50). Chauí (2006) explica que não se trata de uma falha essas ausências, senão de “[...] um procedimento deliberado de controle social, político e cultural”, e aí voltamos ao poder simbólico.

3.3. A interferência na notícia para além dos muros da redação

Dissemos que não só o jornalista, mas também a cultura e ideologia do próprio meio de comunicação, ou seja, a sua linha editorial também contribui para a interpretação dos fatos. E para estudar os acontecimentos da mídia, é fundamental entender a estrutura funcional das instituições da comunicação (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 133). Aliás, assunto que retornará no terceiro capítulo, a partir do estudo de caso da TV Brasil e da TV Globo. Assim, além do poder dentro das redações, há “[...] o segundo tipo de poder [que age no entorno da mídia] (...) quem determina, de fato, as características tanto da máquina organizativa quanto do produto” (BECHELLONI apud RODRIGO ALSINA, 2009, p. 209).

Rodrigo Alsina (2009) explica que “[...] a produção da notícia é determinada, além de um processo de produção, também por uma política cultural, que aparentemente não tem lógica nenhuma, mas que contribui para a legitimação do *status quo*” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 54). São alguns, os atores sociais que interferem direta e/ou indiretamente na mídia e influem na construção da notícia:

> [...] o sistema de mídia é também um campo de discussão entre os diferentes agentes envolvidos. Os três agentes principais que entram em jogo com diversos interesses são: a) os produtores da comunicação, b) as forças

> políticas, c) os grupos econômicos internos e externos do setor. Todos eles intervêm tanto na produção quanto na circulação (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 55).

Além disso, "[...] o noticiável nos acontecimentos é uma valorização socialmente assumida, embora não seja socialmente compartilhada" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 153). E isso é mais perceptível nos meios de comunicação de massa comerciais, que visam conquistar audiência para vender anúncios e gerar lucro. Conquistar audiência, neste caso, pressupõe atender aos interesses dessa audiência que, na maioria das vezes, está de acordo com o senso comum, o que mantém o *status quo*. Trata-se de uma negociação, ainda que inconsciente por parte do público. Afinal, o *gatekeeper* (seletor) "[...] é uma parte de um sistema mais amplo de relações sociais e de controles normativos" (RODRIGO ALSINA, 2009, p.170).

Conforme Bourdieu (1997, p. 96-97), "[...] o índice de audiência é a sanção do mercado, da economia, isto é, de uma legalidade externa e puramente comercial". Dessa maneira, a televisão regida por esses índices contribui para exercer as pressões do mercado sobre seu público supostamente livre. O que não é nada democrático.

Bourdieu ainda diz: "[...] é preciso trabalhar pela universalização das condições de acesso [pelo cidadão] ao universal". O que isso significa? Ter acesso ao universal significa ter disponível, neste caso, na notícia, a pluralidade de vozes, que se consegue por meio da pluralidade de ideias, representantes sociais diversos como fontes e atores sociais relatados, isto é, a observância à imparcialidade possível.

Para Rodrigo Alsina (2009), "[...] em todas as etapas artísticas da mídia, o processo criativo está sujeito aos imperativos do capital: obter os maiores benefícios. Essa dinâmica influi, decisivamente, na forma e no conteúdo do produto da mídia". Esses benefícios não se restringem a grupos econômicos, mas abrangem também políticos. E essa conveniência, não é de agora, mas remonta ao surgimento da imprensa. Conforme Rodrigo Alsina (2009, p. 119), "[...] com o surgimento da imprensa, o poder percebeu ainda com mais clareza a importância da informação".

Neste sentido, o que pode ser informação para o poder, pode ser uma desinformação para o público, se se considerar a informação como interesse de alguns. "[...] Fica sendo uma constante na história (JACQUARD, 1988 apud RODRIGO ALSINA, 2009, p. 167) os esforços por parte dos detentores do poder para gerar a desinformação".

Segundo Edward T. Hall (1978, p. 80, grifo do autor apud RODRIGO ALSINA, 2009, p. 115) nos lembra de que "[...] a cultura é a que decide em que nós devemos prestar atenção e o que devemos ignorar. Essa função de proteção oferece uma estrutura ao mundo e protege o sistema nervoso da *sobrecarga de informação*".

Neste sentido, "[...] o acontecimento é um fenômeno social e (...) está determinado histórica e culturalmente" (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 115-76). Assim, "[...] a relação interpessoal não é só um elemento importante na reinterpretação das mensagens que são compartilhadas coletivamente, mas também um canal de comunicação".

Outro ponto que devemos mencionar é a retroalimentação midiática, um meio de comunicação de massa cita o outro de forma a reiterar determinada notícia, legitimando o discurso, o que Barbosa (2017, p. 22) chama de "[...] verdade oficial", uma vez que "[...] se todos dizem a mesma coisa, [o público] é obrigado a admitir que é a versão correta dos fatos".

Dessa forma,"[...] acontece uma certa homogeneidade nos acontecimentos publicados, gerando um efeito de adição ou de eco que reforça o tipo de realidade descrita pelo sistema de informação", salienta Rodrigo Alsina (2009, p. 175). Neste sentido, ninguém mais vê ou lê produção jornalística midiática que os próprios jornalistas "[...] para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram".

Nesta mesma perspectiva, Bourdieu (1997, p. 31-32) acrescenta que nada tem contra a concorrência, que quando tem sistemas de escolhas semelhantes, falamos sobre conivência, mas observa que "[...] quando ela se exerce entre jornalistas ou jornais que estão sujeitos às mesmas restrições, às mesmas pesquisas de opinião, aos mesmos anunciantes (basta ver com que facilidade os jornalistas passam de um jornal a outro), ela homogeneíza".

Dos veículos midiáticos que se retroalimentam, ou seja, fazem a circulação circular da notícia, a televisão se destaca, uma vez que o peso da televisão é determinante. Bourdieu (1997, p. 71-72) esclarece que "[...] se acontece de um tema - um caso, um debate - ser lançado pelos jornalistas da imprensa escrita, ele só se torna determinante, central, quando retomado, orquestrado pela televisão e, investido ao mesmo tempo, de uma eficácia política".

Dessa forma, se um veículo informa o outro, quando a informação vem de fora do ambiente de vivência jornalístico, temos que ponderar sobre "[...] como são informadas essas pessoas encarregadas de nos informar" (BOURDIEU, 1997, p. 35). A resposta é: "[...] por

outros informantes. Evidentemente, há a AFP[7], as agências, as fontes oficiais (ministério, polícia etc)". É o que ele chama de informação sobre a informação.

É inevitável falar sobre as agências noticiosas quando estamos por discutir notícias sobre algum contexto internacional. A hegemonia fica a cargo das agências de notícia de países industrializados. Isto porque, com raros correspondentes internacionais fixos em uma única localidade para atender toda uma região, no caso das emissoras de televisão, a grande parte das imagens veiculadas não foram captadas pelo canal que as veicula no contexto nacional. Essa é geralmente a realidade de países subdesenvolvidos como é o caso do Brasil. E como a imagem não deixa de ser um texto não verbal, ela também tem perspectivas, olhares, logo, não é neutra. Em seguida, vem a pergunta: perspectivas e olhares de quem?

Quanto a essa temática da informação internacional, Gargurevich (1982) oferece alguns posicionamentos do Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET). Os apontamentos vão ao encontro do poder simbólico que discutimos no tópico anterior, mas que permeia todo este capítulo. Diz que um reduzido número de meios domina a informação internacional.

Dessa forma, de acordo com o ILET, estes meios constroem a notícia conforme seus interesses políticos, econômicos e de uma visão cultural particular, que corresponde aos seus países de origem, ou seja, um contexto unilateral. É o caso das agências de notícia. De internacional passam a ser transnacionais, à medida que sua perspectiva a respeito de algum país, geralmente subdesenvolvido, que não o seu é utilizado por redações de um terceiro país, também geralmente subdesenvolvido, não refletindo as realidades históricas, culturais e sociopolíticas do país retratado. O que gera a desinformação. Segundo o ILET na Revista Chasqui de 1982:

> […] La noticia se ha transformado así en una simple mercancía, cuyo flujo ratifica la estructura transnacional del poder; se vende según la "lógica" dominante en los mercados de los países industrializados y, en consecuencia, es incapaz de reflejar las realidades históricas, culturales y sociopolíticas de los países subdesarrollados. De ahí emerge una verdadera miseria informativa en medio de una profusa expansión cuantitativa de las noticias: mientras más se sabe menos se entiende. La desinformación, distorsión o sobrevaloración de hechos intrascendentes y el silencio o menoscabo de situaciones comprometedoras para los intereses del sistema, surge como corolario inevitable (GARGUREVICH, 1982, p. 24).

[7] Agence France-Presse é uma agência de notícias francesa, fundada em 1835. É uma das três maiores agências do mundo, ao lado da Reuters e da Associated Press (AP).

Barbosa (2017, p. 21) pontua que se há a dificuldade de o jornalista colocar o próprio repertório - quando se tem - sobre determinado contexto divulgado, tanto menos "[...] pode se esperar de uma cobertura feita apenas com colagens do material produzido pelas agências internacionais". A pobreza da cobertura jornalística se explica muitas vezes não só pela ignorância intelectual do jornalista, mas também pelo comodismo ao aceitar e "requentar[8]" material das agências de notícia, postura essa, provinciana e colonizadora.

3.4. O conceito de identidade a partir de uma perspectiva antropológica

O conteúdo midiático é um produto cultural. Dessa forma, produzir uma notícia, significa construir e atribuir representações sociais e identidades. Aliás, a mídia é uma das principais instituições que fazem isso na sociedade. O discurso midiático explora uma das versões identitárias na sociedade, reproduzindo-a de acordo com seus interesses políticos, econômicos, sociais e culturais.

Pontua Rodrigo Alsina (2009, p. 271) que "[...] os meios de comunicação estabelecem um horizonte espacial cognitivo e emotivo, através do qual se estabelecem umas fronteiras que marcam os limites entre o 'nós' e o 'eles'. Isto é, os meios de comunicação concretizam processos de construção da identidade".

A partir da obra pioneira de Barth, Cuche (1999) nos apresenta a teoria antropológica situacional-relacional de identidade. Essa teoria explica que a identidade é uma norma de vinculação dinâmica, ou seja, mutável, consciente e multidimensional, sem perder sua unidade, resultante e ligada a um contexto relacional e situacional de identidade e alteridade, está no âmbito das representações e é uma construção social. Com a relação de identidade e alteridade, entende-se que só é possível conhecer-se a partir do reconhecimento do outro e vice-versa. A identidade é adquirida a partir da leitura que um indivíduo faz de si mesmo e do outro.

É a identidade quem permite que um indivíduo se localize e seja localizado em um grupo social. Por ser passível de mudança, é nas trocas sociais que o indivíduo se (re)constrói. A identidade, ou seja, a identificação e inclusão, e a alteridade, isto é, a diferenciação e exclusão fazem parte deste contexto de (re)construção. Identificar outro indivíduo como

[8] Jargão jornalístico para reaproveitar um conteúdo noticioso, alterando algumas partes, de forma que se apresente como novo.

diferente ou semelhante, pressupõe ter como parâmetro as características do outro e de si mesmo.

Em um contexto de dominação, há um recurso simbólico que é indispensável para que ela se concretize que é a colonização da personalidade. Esta se dá com o que o autor chama de "[...] estigmatização dos grupos minoritários" (CUCHE, 1999,p. 184) que são, neste caso, os dominados/colonizados. O resultado é a construção de uma identidade negativa sobre os valores autóctones desses dominados e a reconstrução da identidade com a do dominador.

Dessa maneira, o colonizado passa, a se identificar com o colonizador e a se reconhecer com sua identidade, além de sentir desprezo e vergonha por si mesmo, pelo que não quer mais se reconhecer e ser reconhecido. Isto pode ser observado não só entre Estados-nações que existem atualmente, mas também dentro dos Estados-nações, se levarmos em conta a posição social dos indivíduos e os valores dominantes e hegemônicos. No entanto, de acordo com o autor, uma mudança nessas relações sociais pode alterar essa imagem negativa de si mesmos, sem que tenham que adotar a do colonizador. Para Cuche,

> [...] Estes fenômenos são frequentes entre os dominados e são ligados à aceitação e interiorização de uma imagem de si mesmos construída pelos outros. A identidade negativa aparece então como uma identidade vergonhosa e rejeitada em maior ou menor grau, o que se traduzirá muitas vezes como uma tentativa para eliminar, na medida do possível, os sinais de diferença negativa. No entanto, uma mudança de situação de relações interétnicas pode modificar profundamente a imagem negativa de um grupo (CUCHE, 1999, p. 185).

Uma vez que os meios de comunicação de massa formulam e atribuem identidades, o questionamento a ser feito é: que tipos de identidades são essas? Essas identidades refletem e valorizam a memória brasileira, nosso passado histórico, nossa cultura autóctone, nossos próprios valores ou é imitada de outros povos que tiveram ou têm hegemonia política e econômica e impuseram valores simbólicos deles e tomamos como nossos?

Quando refletimos sobre o poder simbólico dos *mass media*, nos deparamos com quem está por trás da informação jornalística, que tem interesses próprios e que em certos casos não são os mesmos do interesse público, senão do interesse do público, que é composto por indivíduos que adotaram essas ideias e valores, ou melhor, essa identidade por repetição seguida e contínua ou porque são os próprios representantes dessa opinião pública manifesta e *a priori* compactuavam com as mesmas ideias dos proprietários ou concessionários dos veículos de informação.

Neste caso, nesses veículos, os grupos sociais e culturais distantes se tornam próximos e os próximos distantes. Queremos dizer, o outro se torna o conhecido e nós nos tornamos desconhecidos. Em outras palavras, adota-se a identidade do forasteiro, o colonizador, em termos atuais das nações ou grupos sociais dominantes e hegemônicos política e economicamente e rechaça-se o pertencimento à identidade que nos caracteriza realmente, que são aqueles elementos culturais, sociais, políticos, econômicos e históricos que nos formaram e nos vinculamos, ainda que desprezemos.

Escreve Cuche (1999, p. 193), "[...] o indivíduo que faz parte de várias culturas fabrica sua própria identidade fazendo uma síntese original a partir destes diferentes materiais". Como os meios de comunicação de massa são um dos principais atribuidores de identidade, se a cultura, os valores simbólicos ali representados não compreendem o meio ao qual pertencem, esse público estaria se vinculando a uma identidade de certa forma falsa, do ponto de vista do não reconhecimento de si mesmo, do contexto atual e histórico.

Porém, como a identidade, ao mesmo tempo em que é construída pelo indivíduo, também é modificável, uma representatividade desses elementos simbólicos marginalizados, subalternos, as mídias, poderia significar uma mudança de postura, de identificação, por parte do interlocutor e, consequentemente, uma alteração na relação com aquilo que ele é próprio, uma valorização, que poderia, por sua vez, resultar, em um abandono a estereótipos e consequentemente uma integração entre os indivíduos desse grupo.

3.5. Que identidade latino-americana as mídias têm por objetivo construir e atribuir para seu público?

A pergunta é provocativa por si mesma e por um elemento que a compõe. Antes de mais nada: identidade latino-americana existe. Autores consagrados não só no Brasil, como na América Latina de áreas convergentes como o sociólogo Darcy Ribeiro, o antropólogo Gilberto Freyre e o educador Paulo Freire trabalharam com esse conceito, a partir de parâmetros do próprio momento que viviam e pesquisavam, pensando essa identidade como uma forma de desenvolvimento.

Embora traremos algumas definições e considerações a respeito do trabalho desses autores, o objetivo nesta pesquisa não é o de provar a sua existência, já que isso não se trata de uma tese ou trabalho na área de Ciências Sociais ou Antropologia, mas de Comunicação.

Essa identidade latino-americana teria que ser reordenada hoje, porém, é algo que, novamente, não nos cabe neste momento.

Como campo teórico transdisciplinar, a Comunicação empresta conceituações dessas e de outras áreas com o intuito de trazer elementos para embasar estudos científicos com problemáticas próprias, que como já se deduz pelo nome do campo, de Comunicação. Nesta pesquisa particularmente, da Comunicação a partir dos meios de comunicação massivos, tendo como objeto a televisão.

Assim partimos da premissa da existência da identidade latino-americana sustentada teoricamente por esses autores em seus respectivos campos científicos. O conceito de identidade latino-americana parte de um pressuposto de uma possibilidade de interculturalidade, vários elementos políticos, econômicos, sociais e culturais em comum, que dialogam entre si, sem necessariamente fundirem-se, com os países latino-americanos durante a história pré e pós-colombiana. Veremos rapidamente a seguir.

3.6. América Latina: uma história em comum

Tínhamos antes de 1492, ano da chegada à América por Cristóvão Colombo, povos originários de diferentes raízes étnicas e culturais, com maior ou menor grau de desenvolvimento. Esses povos sofreram genocídios por parte dos brancos europeus, principalmente os provenientes da Península Ibérica. A justificativa era a do "desenvolvimento", "progresso" e "civilização" (ANDRADE, 2016). Isso, a partir de uma perspectiva eurocêntrica, sob forte influência da Igreja Católica, que estava ligada ao Estado (ORO; URETA, 2007). As colônias latino-americanas passaram a fornecer o que a metrópole tinha interesse: matérias-primas (MENDONÇA, 2009).

Indivíduos desses grupos autóctones do território americano que sobreviveram ao verdadeiro massacre, miscigenaram com o branco, formando as populações que mais pra frente, com territórios demarcados, conformaram as sociedades nacionais, são os neoamericanos (RIBEIRO, 2017). Sobre as populações autóctones, o processo de colonização da América Latina, a mestiçagem e o sincretismo religioso, escreve Ciapina (2013, p. 09):

> […] La existencia de poblaciones autóctonas u originarias (en relación con la llegada de los europeos, pues está demostrado que estos pueblos también provenían de otros continentes). Pueblos con una enorme diversidad y complejidad cultural que fueron avasallados, diezmados y desestructurados durante el proceso de conquista. Procesos de colonización y aculturación que diezmaron a las poblaciones originarias y las incorporaron por la fuerza al modo de explotación colonialista durante más de tres siglos (España,

> Portugal, Francia, Holanda, Gran Bretaña, todos formaron colonias en lo que hoy es América Latina). Procesos de resistencia a dicha incorporación forzada, expresada en todos los términos posibles: negativa a hablar la lengua invasora, resistencia a la imposición religiosa, reducción de la natalidad, levantamientos violentos durante toda la etapa colonial. - Procesos de mestizaje biológico y cultural y de sincretismo religioso que fueron conformando nuevos espacios y realidades culturales.

Mais adiante, muitos países latino-americanos receberam a população negra proveniente da África para servir como escravos em substituição da mão de obra indígena. Parte da nobreza que migrou para a América, formou a elite dominante, instalada no continente abaixo dos Estados Unidos, chamados caudilhos (CIAPINA, 2013). Aliás, os norte-americanos tiveram uma colonização diferente das colônias ibéricas. Estas eram de exploração, enquanto ao norte, a motivação foi o povoamento (MONASTERIO; EHRL, 2015).

No Brasil, foram chamados de senhores do engenho, durante o ciclo da exploração de cana de açúcar, na região nordeste. Posteriormente, de senhores das minas de pedras preciosas em uma região que compreendia parte do centro-oeste e sudeste. E no século XIX e XX, principalmente no Estado de São Paulo, esses senhores eram donos das plantações de café, com destaque para o Vale do Paraíba (SIMONSEN, 2005).

Simón Bolívar, José de San Martín, Bernardo O'Higgins, José Artigas foram alguns dos nomes que compuseram a cena latino-americana pela luta independentista das colônias e a unificação latino-americana, a chamada "Pátria Grande" (MIRES, 2001). Trataram-se de "[...] lutas que em muitos casos não foram somente de caráter anticolonialista, mas também de caráter racial e reivindicativo dos povos originários oprimidos[9]" (CIAPINA, 2013, p. 10). No lugar da influência das metrópoles permaneceram as elites locais, os caudilhos, como já nominamos. Além deles, a dependência das colônias latino-americanas passou a estar a cargo dos Estados Unidos com o Destino Manifesto, a política da Doutrina Monroe, do Big Stick com o lema "América para os americanos" e no século XX com o *American way of life* e da Inglaterra (CIAPINA, 2013). Barbosa (2017, p. 49) conta um pouco sobre a influência desse último país na América Latina:

> [...] A Inglaterra, durante décadas, estimulou os conflitos entre países da América do Sul, estimulando a rivalidade Argentina vs. Brasil, ao mesmo tempo que adoçava a boca das elites autóctones com as migalhas do desenvolvimento capitalista, trazendo velhas locomotivas, embarcações ou gastando suas libras nos prostíbulos.

---

[9] No original: *Luchas que en muchos casos no sólo fueron de carácter anticolonialista sino también de carácter racial y reivindicativo de los pueblos originarios oprimidos.*

Após esse processo, com a independência e as abolições da escravatura negra na região, com Cuba e Brasil sendo os últimos países a decretarem o fim da escravidão e Haiti o primeiro (CIAPINA, 2013), o final do século XIX e começo do século XX, além do período das duas Grandes Guerras, marcou a migração de italianos, também algumas minorias de outros países europeus como Polônia (WEBER; WENCZENOVICZ, 2012) e Ucrânia (GUÉRIOS, 2008), no sul do Brasil, além de japoneses (LAPSKY et. al, 2013).

Tratou-se de um período de urbanização e industrialização recente, "[...] reflexo dos interesses hegemônicos externos" (MENDONÇA, 2009, p. 85), sem planejamento, com consequências na formação de regiões periféricas com falta de saneamento básico e condições insalubres. A América Latina pós-independência em muito se parecia com a pré-independência. O processo independentista tratou-se do "[...] início de uma longa história de luta dentro do interior de cada nação buscando a conformação de sociedades livres para fora e justas para dentro[10]" (CIAPINA, 2013, p. 10).

Depois, a América Latina é marcada por governos populistas, com destaque no Brasil com Getúlio Vargas e Argentina, com Juan Domingos Perón e Evita Perón (IANNI, 1975) Posteriormente, a América Latina se viu dominada por ditaduras militares, autoritárias, que tinham o objetivo de conter o avanço comunista, principalmente no contexto de Guerra Fria, financiadas pelos Estados Unidos, líderes do lado capitalista e liberal, contra a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), socialista, com a intervenção total do Estado na economia (MIRES, 2001).

As ditaduras militares foram lideradas por oficiais dos exércitos de seus respectivos países, treinados na chamada Escola das Américas, no Panamá. Nicarágua presenciou uma das ditaduras mais sangrentas da região, marcada pela dinastia Somoza no poder por mais de trinta anos. Outras ditaduras com graves violações a direitos humanos foram a brasileira, uruguaia, argentina e chilena. Ao todo, no século XX, a América Latina teve trinta anos de governo democrático ininterruptos em quatro países, na Costa Rica, Venezuela, México e Colômbia (MIRES, 2001).

Além da influência nas ditaduras, o imperialismo estadunidense foi marcante em outros acontecimentos na América Latina: a tomada de quase metade do território mexicano pelos Estados Unidos, cujos estados Novo México, Texas, Arizona e Califórnia faziam parte;

[10] No original: *el inicio de una larga historia de lucha hacia el interior de cada nación buscando la conformación de sociedades libres hacia afuera y justas hacia adentro.*

a construção do Canal do Panamá sob controle estadunidense de 1914 até 1999 (CIAPINA, 2013).

Uma das interferências mais emblemáticas dos Estados Unidos foi a Emenda Platt na Constituição cubana, como barganha para a "independência" da ilha, o que possibilitou a interferência em Cuba, tirando a soberania e real independência da metrópole espanhola da ilha. Esse impasse em Cuba perpassou o governo de Fulgêncio Batista, apoiado pelos estadunidenses e com graves problemas para a população (CIAPINA, 2013).

Reagindo a essa situação em Cuba, o cubano Fidel Castro e o argentino Ernesto Che Guevara, junto a outros combatentes, tomaram o poder, na chamada Revolução Cubana, implantando uma ditadura socialista no país, apoiados pela URSS, em um contexto de Guerra Fria. Em resposta, os Estados Unidos decretaram o embargo econômico à ilha de Cuba (CIAPINA, 2013). Resume o escritor uruguaio Eduardo Galeano, em seu livro As veias abertas da América Latina: "[...] a riqueza das potências é a pobreza da América Latina",

> [...] A história do subdesenvolvimento da América Latina integra, como já se disse, a história do desenvolvimento do capitalismo mundial. *Nossa derrota esteve sempre implícita na vitória alheia, nossa riqueza gerou sempre a nossa pobreza para alimentar a prosperidade dos outros: os impérios e seus agentes nativos. Na alquimia colonial e neocolonial, o ouro se transformou em sucata e os alimentos se convertem em veneno*. (...) *Do mesmo modo, e simetricamente, o bem-estar de nossas classes dominantes - dominantes para dentro, dominadas para fora - é a maldição de nossas multidões, condenadas a uma vida de bestas de carga*. (GALEANO, 2016, p. 14, grifo do autor).

A história do colonialismo dos ibéricos na América Latina, com posteriores domínios esporádicos de outros europeus, como os holandeses e a substituição pelo domínio anglo-saxão, com Inglaterra e Estados Unidos como representantes (CIAPINA, 2013) foi sustentada em cima do racismo (étnico e social), genocídio (redução dos povos originários), etnocídio (com redução das variedades étnicas) e epistemicidio (destruição do conhecimento, de culturas não assimiladas pela branca/ocidental) termos conceituados em profundidade pelo pesquisador português Boaventura de Souza Santos sobre a influência da colonização europeia.

A desigualdade social, fruto de um passado histórico sem políticas públicas para promover a equidade entre os vários grupos sociais da população e de uma estrutura de poder, delimitou as fronteiras entre ricos e pobres na América Latina. "[...] Ao longo de sua história, o continente vivencia crises recorrentes e pobreza crescente, mesmo em épocas de crescimento econômico, sem que a aliança entre as classes mais privilegiadas e o apoio que estas detêm se abale" (MENDONÇA, 2009, p. 88).

Com o advento das redemocratizações no continente, candidatos com propostas de governo populares, voltados a projetos de Política de Estado, mas ainda assim com política econômica neoliberal, tomaram posse na América Latina pelo voto popular. Ainda assim, com o advento da globalização, as elites locais mantiveram e aumentaram "[...] o processo de acumulação, sem que a estrutura social sofra alterações de base" (MENDONÇA, 2009, p. 86). Mendonça pontua em números, a desigualdade em países latino-americanos:

> [...] Em alguns casos, como na Guatemala, os 10% mais ricos da sociedade recebem 46,8% da renda total, enquanto os 20% mais pobres percebem apenas 2,4%. A renda média dos 10% mais ricos atinge 63 vezes mais do que o valor da renda dos 10 % mais pobres. No Brasil, o percentual da renda total que cabe aos 10% mais ricos é de 47,2%, enquanto os 20% mais pobres recebem 2,6% da renda total. Na Colômbia, Chile e México a situação é semelhante, com os 10% mais ricos recebendo em média mais de 40% da renda total (...). Nos países da América Central, na Argentina e Uruguai o percentual de participação dos mais pobres na renda total fica em torno de 4%. Igual situação é encontrada em termos de desigualdade de acesso aos serviços básicos: saúde, educação, saneamento etc. Além disso, mesmo os países que apresentavam índices melhores, embora ainda elevados de concentração, houve deterioração nos anos 90. (...) É justamente por meio das concessões políticas e econômicas que as populações fazem com que o sistema se reproduza continuamente. Essas concessões, realizadas através da distribuição de direitos e benefícios materiais entre as oligarquias retirados de uma parcela cada vez maior da população, implicam necessariamente o aumento das desigualdades. A concentração de renda e a exclusão social inerentes ao capitalismo atingem patamares acima do nível normal, assumindo caráter estrutural. (MENDONÇA, 2009, p. 87-88)

Disso, podemos destacar, no século XXI, a era petista, principalmente os governos de Luiz Inácio Lula da Silva, a era Kirchnerista na Argentina, Michelle Bachelet no Chile, Hugo Chavéz na Venezuela, José Mujica no Uruguai e Rafael Correa, no Equador. Governos neopopulistas (LAPSKY et. al, 2013), com forte apelo popular, aliados políticos e econômicos a fim de promover a região a outro patamar de desenvolvimento.

Assim, na América Latina predominam-se governos populistas, personalistas e centralistas (LAPSKY et. al, 2013). Segundo Mendonça (2009), em termos de desigualdade econômica e social, as mudanças políticas recentes na cena latino-americana "[...] surgem como alternativas necessárias aos séculos de obediência ao receituário vindo do exterior e alheio aos interesses da maioria da população da América Latina" (MENDONÇA, 2009, p. 90).

A onda conservadora neoliberal, com intenções de privatizações e menor influência do Estado na economia, baixa de direitos sociais e retrocessos no campo de diversas áreas como a Comunicação, marcaram o cenário atual de investidas contra os governos populares, nem

sempre vitoriosos por meio das urnas, como no caso do Brasil, com o governo ilegítimo de Michel Temer[11] (MDB).

Neste país, o desmantelamento do Ministério das Comunicações, a falta de regulação midiática para evitar a censura que hoje paira nos meios de comunicação de massa com relação a outras vozes, perspectivas e atores sociais, ou seja, regular[12], neste caso, é sinônimo de promover a pluralidade de olhares, correspondente à democracia, além do desmonte da Empresa Brasil de Comunicação, pública, portanto, que deveria estar em consonância com as diversas vozes dentro da sociedade, servindo claramente a interesses obtusos do governo de turno.

Na Argentina, eleito pelo voto direto, a era macrista também impõe cerceamentos ao Canal 7 Argentina, público, e que igualmente já estava anteriormente aparelhado pelo governo de plantão, ainda que tivesse algo de pluralidade e regionalismo. Além disso, a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, popularmente conhecida como Lei de Meios, teve também artigos importantes, que previam a pluralidade, retirados ou alterados (GODOY; MAGNONI, 2016).

Os países latino-americanos, que selecionamos para nossa análise, têm relações diretas com o Brasil. Reiteramos que, atualmente, a segunda maior população de imigrantes que vive na cidade de São Paulo, a maior do Brasil, é boliviana (PEREIRA, 2013). A Argentina é o maior parceiro com o Brasil dentro do Mercosul (MDIC, 2017). Chile é o segundo maior parceiro comercial e empresarial do Brasil na América do Sul (ITAMARATY, 2018). Venezuela, que passa por crise política, está suspensa do Mercosul (MARCHAO, 2017).

3.7. A identidade latino-americana

Como vimos, essa região que chamamos de América Latina tem uma história, passada e recente em comum, apesar das também inúmeras diferenças e individualidades entre esses países e dentro deles. Ciapina (2013, p. 9) resume essa ideia:

---

[11] Vice-presidente do governo presidencial de Dilma Rousseff (PT), Michel Temer do Movimento Democrático Brasileiro (MDB) tomou o poder por meio de golpe de Estado branco em 2016, com o apoio e conivência do legislativo, representado pelo Congresso Nacional e Senado, além do Judiciário e da Grande Mídia brasileiros, adotando um projeto de governo de Política de Mercado, favorecendo a oligarquia em detrimento da maioria da população brasileira. Sobre o assunto, ver: livro organizado pelos Mestres e Doutores em Direito: Caroline Proner, Gisele Guimarães Cittadino e Wilson Ramos Filho: PRONER, C.; CITTADINO; G.; TENENBAUM, M.; RAMOS FILHO, W (Org.). **A resistência ao golpe de 2016**. Bauru: Canal 6 Editora, 2016. Além do livro do graduado em Direito, Mestre e Doutor em Sociologia Jessé de Souza: SOUZA, J. **A radiografia do golpe**. São Paulo: Leya, 2016.

[12] Veremos sobre regulação da comunicação no quarto capítulo desta pesquisa.

> […] América Latina, América española, Iberoamérica, Indoamérica: distintas denominaciones para una misma realidad, desde el Río Bravo hasta la Antártida, un vasto territorio de gran diversidad territorial, cultural e histórica, que se reconoce a sí misma por compartir procesos histórico-sociales comunes. No sólo la lengua española o el portugués (idiomas fácilmente comprensibles entre sí) unifican y vinculan a las naciones latinoamericanas. Todos los territorios desde México hasta la Antártida comparten mucho más que la lengua (de hecho, el inglés, el francés y los idiomas de los pueblos originarios se hablan en vastas regiones del continente); comparten una historia común.

Logo, a chamada identidade latino-americana, trata-se, como conceitua Darcy Ribeiro de uma "[...] identidade macroétnica essencial" (RIBEIRO, 2017, p. 22-24), uma "[...] uniformidade sem unidade", embora "[...] prometendo concretizar amanhã sua unidade sociopolítica e econômica". "[...] O que se destaca como explicativo é, pois, uma vez mais, a uniformidade e o processo de homogeneização que engloba mais de 90% dos latino-americanos". Os três autores, Darcy Ribeiro, Gilberto Freyre e Paulo Freyre a chamam de latino-americanidade. Para Ribeiro:

> [...] Voltamos, assim, à uniformidade inicial. Pouco importa que ela não seja percebida com clareza em cada entidade nacional, inclusive porque cada nacionalidade é um esforço por ressaltar singularidades como mecanismo de autoglorificação e autoafirmação, que só têm sentido para aqueles que participam das mesmas lealdades étnicas. O certo é que nossa latino-americanidade, tão evidente para os que nos olham de fora e veem nossa identidade macroétnica essencial, só ainda não faz de nós um ente político autônomo, uma nação ou uma federação de estados nacionais latino-americanos. Mas não é impossível que a história venha fazê-lo. A meta de Bolívar era opor aos estados unidos setentrionais os estados unidos meridionais. A Pátria Grande de Artigas, a *Nuestra América* de Martí apontam no mesmo rumo. (RIBEIRO, 2017, p. 22-23)

Freyre (2003) trata essa identidade como uma fusão entre a latinidade e a americanidade, embora estas não puras, mas devam ser consideradas nos conjuntos de suas interpenetrações nas sociedades latino-americanas, além de serem admitidas ilhas sociológicas de exceção. Estas são definidas em termos culturais e ecológicos, indicando o conjunto de expressão de *ethos* e de cultura. É caracterizado como latino-americano esse conjunto continental de traços em comum, apesar de suas singularidades:

> [...] Sua latinidade e sua americanidade tendem a definir-se, cada vez mais, em termos ao mesmo tempo culturais e ecológicos, nisto estando um dos pontos de contraste do seu desenvolvimento com o da América de formação anglo-saxônica. Essa definição de latinidade ao mesmo tempo que de americanidade, por parte da América Latina, tudo indica que compreende todo o conjunto de suas expressões de *ethos* e de cultural, de sentido sociológico: seu comportamento político; sua atividade econômica, seus estilos de convivência social tanto quanto suas manifestações de literatura, de

> arte, de filosofia e de ciência do homem, à base de quanto há já de específico em sua experiência. Creio falar por todos quantos, europeus e americanos, colaboram neste número especial de *Diògene*, dizendo que para nenhum de nós a chave de interpretação do ethos e da cultura latino-americana está num latinismo (europeu) rigidamente puro ou num indigenismo (americano) igualmente puro. Nenhum dos dois, em termos assim absolutos, definiria jamais o passado, o desenvolvimento ou o ideal latino-americano. Para serem compreendidos em seus significados mais característicos, esse passado, esse desenvolvimento e esse ideal precisam ser considerados - repita-se - nos conjuntos de suas interpenetrações, embora devam ser admitidas ilhas sociológicas de exceção: umas europeias, outras indígenas e até negras. Ilhas sociológicas em relação com o conjunto continental que deva ser caracterizado como latino-americano. (FREYRE, 2003, p. 33-34)

Em entrevista à revista Chasqui de 1982, Paulo Freire contou o que lhe proporcionou o exílio do Brasil no Chile durante a ditadura militar. O quanto se sentiu recifense, pernambucano, nordestino, brasileiro ao reconhecer o diferente e, ao mesmo tempo, o quanto se reconheceu como latino-americano, nos traços em comum, pertencente a esse conjunto regional. Aliás, reconhecer-se ainda como recifense, pernambucano, nordestino e brasileiro estão dentro do reconhecimento como latino-americanos e vice-versa. E foi aí que encontrou sua força para lutar e se ver e se fazer ver como cidadão do mundo, a partir dessa identidade latino-americana:

> […] Es que cuanto más profundamente me sentía recifense, pernambucano, nordestino, brasileño, tanto más me sentía latinoamericano. El exilio me enseñó la latinoamericanidad. Pero la latinoamericanidad que aprendí en Chile, solo fue viable en tanto que luego reaprendí mi recificidade. Fue la consciencia de lo nacional lo que me preparó para lo universal. El exilio me universalizó. [...] El exilio me universalizó en tanto me dió la consciencia más profunda de mis profundas características de recifense, de nordestino, de brasileño. Fue me recificidade que me hizo hombre del mundo. Y cuánto más me transformaba en hombre del mundo, tanto más pude crecer. Es chistoso, pero yo viví una gran paz: aprendí a vivir impacientemente paciente en el exilio. Pasando por Bolivia, yendo para Chile, visitando varios países de América Latina, trabajando con latino-americanos en Chile, después yendo para los Estados Unidos, ejerciendo cátedra en la Universidad de Harvard, viviendo un año en aquel país y regresando anualmente en Ginebra, a trabajar con el Consejo Mundial de Iglesias, construí una plataforma de viajes. ¿Qué es que el exilio ha hecho de mí?. Un caminante, un caminante de la obviedad. Hablaba en todo el mundo de cosas obvias, pero que por ser justamente obvias, precisaban ser desveladas en su obviedad. Y mi caminar por el mundo solo tuvo sentido por recorrer el mundo con las peculiaridades pernambucanas y brasileñas bien sostenidas y bien cuidadas. Si yo no hubiera cuidado muy bien de mis atributos bien brasileños, bien latino-americanos, mi caminata hubiera sido un deambular por el mundo sin sentido ni destino. (MELO, 1982, p. 8-9)

São autores que, além de estudar a região, viveram em países latino-americanos que não o Brasil, e adotaram essa região como pátria, porque nela reconheceram uma pátria, assim

como esta pesquisadora que lhes escreve. E só se reconhece um lugar como pátria quando se identifica elementos em comum que configuram nossa identidade.

Aliás, o Brasil também é parte da América Latina, apesar de o senso comum separá-lo da região. "[...] As diferenças de idioma entre o Brasil e os demais países não criam barreiras de identidade principalmente porque há muito mais fatos históricos, processos sociais que mais aproximam os países latino-americanos que os distanciam" (BARBOSA, 2017, p. 13). Está dentro de uma latinidade, embora o termo "latinidade" seja muito mais abrangente, conformando em si os países ibéricos, a França e a Itália, também latinos.

3.8. O isolamento da pauta latino-americana na indústria jornalística brasileira

Será essa a identidade formulada pelos meios de comunicação de massa brasileiros? Uma reflexão sobre isso virá a partir da análise de duas TVs importantes na cena brasileira, nesta pesquisa. Por ora, é consenso a solidão da América Latina na Indústria jornalística brasileira.

Algumas perguntas nos recorrem: que identidade latino-americana as mídias têm por objetivo construir e atribuir para seu público? Que identidade latino-americana as mídias brasileiras têm por intenção construir e atribuir para seu público brasileiro?

Essas raízes históricas influenciaram diretamente no formato de jornalismo que se desenvolveu e que permanece ainda no Brasil e no restante da América Latina, como se pode perceber a partir dos elementos discutidos nos tópicos anteriores deste capítulo. "[...] Tem raízes nas relações de trabalho praticadas nas redações, está ligada ao modo de produção jornalística e é consequência da formação da sociedade civil latino-americana" (BARBOSA, 2017, p. 17).

O jornalismo é fruto de sua sociedade. O jornalismo brasileiro moldou-se a partir de influência do imperialismo dos Estados Unidos e sob o mando das elites locais, que, muitas vezes, se confundiram e se confundem com os veículos de comunicação. "[...] Não contribui para a formação de uma consciência, de uma identidade cultural latino-americana, nem mesmo para o fortalecimento de valores comuns entre brasileiros e os povos vizinho" (SANT'ANNA, 2006, p. 149).

Quando retratada, a América Latina é, por vezes, estigmatizada, marginalizada, estereotipada. O próximo, ou outros países latino-americanos, nos é vendido como forasteiro, e o contrário se faz verdadeiro, ou seja, países Europeus e os Estados Unidos, cujas políticas

estão e estiveram durante a história da América Latina aliadas ao capitalismo neoliberal e interesses das elites locais e estrangeiras são os forasteiros, cuja identidade nos é vendida como familiar. "[...] O intrigante é que a xenofobia é aplicada muito mais aos vizinhos do que aos norte-americanos ou europeus" (BARBOSA, 2017, p. 49).

Barbosa compara a cidade Macondo, de Cem Anos de Solidão, que rendeu o prêmio nobel de literatura para o escritor colombiano Gabriel García Márquez, varrida da história, assim como a América Latina das manchetes de jornais:

> [...] Sufocada por políticas econômicas que reforçam a condição de periferia primário-exportadora, pela corrupção das classes dirigentes cada vez mais aliadas ao capital europeu e norte-americano, a região latino-americana (definida pelo povo, cultura, tradições, folclore, lutas, movimentos sociais e processos de resistência) foi varrida das manchetes dos jornais tal qual a fantástica Macondo foi varrida da História pela tormenta que veio do Norte. (...) Assim, como numa maldição real, a América Latina foi condenada, pela imprensa brasileira, a ficar no esquecimento. (BARBOSA, 2017, p. 11-12)

Barbosa (2017, p. 12) explica que a América Latina aparece nos noticiários em situações que ele chama de excepcionalidade: "[...] tragédias, golpes de Estado, violência, abuso de poder, desastres naturais, ou seja, em todas as que reforçam o caráter de periferia. No caso da imprensa brasileira, a América Latina e as periferias do Brasil são a mesma categoria". Ou seja, quando não é retratada, é divulgada repleta de estigmas.

Nesta perspectiva, o autor salienta que se a América Latina não está na Indústria Jornalística Brasileira, tampouco está o Brasil que faz parte da América Latina. "[...] O Brasil retratado nos meios de comunicação de massa da indústria jornalística é o Brasil dos gabinetes palacianos, dos mercados, das elites, o Brasil que se identifica com a Europa, com os EUA. Evidente que este Brasil não representa todo o país" (BARBOSA, 2017, p. 13). Ou seja, o Brasil não representado, sequer pautado, é o Brasil popular, da maioria dos brasileiros.

A notícia transformada em produto e o público em consumidores, só interessa como pauta aquilo que interessa ao mercado. Portanto, a América Latina não é interessante para produtores de notícia, nem para receptores, que, é importante reiterar, não representa a totalidade da pluralidade de cidadãos que estão inseridos dentro das nações latino-americanas. A América Latina popular só entra na notícia para reforçar sua condição de periferia. Ou só é valorizada na mídia alternativa, ou na mídia pública, quando o governo de turno é popular. Para aqueles receptores dos meios de comunicação comerciais, a América Latina é o outro. Explica Barbosa:

> [...] Quando um brasileiro da nação oficial olha para seu irmão chileno ou boliviano ele não os vê como "irmão", mas como "o outro". Concepção

> clássica: bárbaro é o outro! (...) De acordo com essa ideia, latino-americano é o outro! Bárbaros seriam, enfim, os movimentos populares, os guerrilheiros da América Central, os trabalhadores bolivianos, os operários argentinos, os zapatistas do sul do México, os trabalhadores sem-terra do Brasil. (BARBOSA, 2017, p 46).

Se a América Latina está esquecida, tanto mais estão esquecidos os povos latino-americanos, inclusive os brasileiros. A América Latina sofre, de um lado, a censura do mercado e da política, de outro do despreparo ou do abandono intelectual dos jornalistas. O primeiro, fruto da formação escolar e acadêmica incipiente quando o assunto é a região. O segundo, para produzir nas redações é necessário vestir os óculos míopes das empresas jornalísticas. E esse comportamento é repetido também na imprensa mundial. Sem falar no uso de imagens de terceiro, ou seja, o repórter que produz a matéria, na América Latina, muitas vezes não presencia o fato *in loco* e as imagens não são feitas pelo cinegrafista da emissora que irá reproduzir o conteúdo final. Comenta Sant'Anna (2006, p. 137):

> [...] Na televisão brasileira, as pautas de reportagem devem ter como referência a imagem (TV Globo, 1985, p. 88). Fatos com imagens têm mais chances de ser notícia. Esse fator já coloca em desvantagem o noticiário latino-americano, uma vez que não há um serviço regional provedor de imagens, como a Euronews na Europa.

O que se tem, como consequência, é uma "caricatura" da América Latina, imagem moldada pelas potências estrangeiras, replicadas no Brasil, frequentemente intermediadas por agências de notícias hegemônicas, provenientes das chamadas nações desenvolvidas.

3.9. Reconhecimento: identidade latino-americana é luta de uma minoria majoritária

O não reconhecimento de quem somos nos fragmenta, nos enfraquece, nos desintegra: cultural, política, econômica e socialmente. Deixa-nos frágil para o domínio de outrem, como foi marcada a nossa história até então. Relega-nos ao subdesenvolvimento, à dependência, à marginalização, ao desprezo, à pobreza, ao sofrimento, a ausência de direitos.

A luta pelo reconhecimento dessa identidade compõe junto a outras lutas pelo reconhecimento de outras identidades de minorias contra a classe dominante, que mantém seus privilégios sobre uma população subjugada. Essa contradição, entre os interesses da maioria e os interesses de uma minoria que detém o poder, portanto os rumos da nação, é escancarada por Ribeiro:

> [...] Pouco a pouco vai surgindo uma contradição irredutível entre o projeto do colonizador e seus sucessores e os interesses da comunidade humana

> resultante da colonização. Ou seja, entre os propósitos e os procedimentos da classe dominante, subordinada, e a maioria da população que ativava o empreendimento, primeiro colonial, depois nacional. Para essa população, o desafio colocado ao longo dos séculos foi o de amadurecer como um povo para si, consciente de seus interesses, aspirante à coparticipação no comando de seu próprio destino. Dada a oposição classista, tratava-se de conquistar estas metas através da luta contra a classe dominante gerencial da velha ordenação social. Ainda hoje este é o desafio principal com que nos defrontamos todos nós latino-americanos. (RIBEIRO, 2017, p. 24)

Ou seja, o reconhecimento de quem somos, a valorização dessa identidade latino-americana, nos une, nos integra, nos fortalece, para a luta de imposição do nosso lugar de vivência, de existência e de fala, da valorização, da tolerância, do respeito, às minorias que são a maioria da população desses países e que são renegadas ontem e hoje à base da pirâmide social mantida intacta ou pouco modificada, a partir de muitas lutas de representantes dessa minoria majoritária[13], pelas lideranças que compõem o *status quo*. Com o poder simbólico da mídia, as classes dominantes que detêm os meios de comunicação de massa, mantém o restante da população alienados, numa alienação colonial, numa inconsciência para uma identidade da qual fazem parte.

Assim, em um "Estado Democrático de Direito", como se diz o Brasil, as políticas públicas de Estado devem visar à maioria da população, ou seja, a minoria majoritária, o que torna a narrativa jornalística perversa se constrói o discurso para uma, se pudermos usar o termo antagônico, uma maioria minoritária, de uma minoria social. Se esse jornalismo se constrói e veicula, a perversidade vai muito além dele, está no sistema social envolvido.

No próximo capítulo desenvolveremos reflexões sobre esse Estado Democrático de Direito, a legislação e a regulação das comunicações no Brasil, as características e política editorial do Jornal Nacional e do Repórter Brasil Noite e suas respectivas emissoras, Rede Globo de Televisão e TV Brasil.

[13] Criamos um neologismo para deixar claro que, neste caso, "minoria" se refere ao capital econômico e político e "majoritária" à sociedade. Ou seja, a maioria da população não detém poder econômico e nem político.

4 O Jornal Nacional e o Repórter Brasil Noite no contexto brasileiro de anacronismo regulatório

Neste capítulo, abordaremos a criação da noção moderna de Direitos Humanos e, particularmente, trataremos dos Direitos Humanos fundamentais da Comunicação e da Informação, balizas acordadas internacionalmente para observância, garantia e promoção pelos países democráticos.

Contextualizaremos no tempo e no espaço as duas emissoras televisivas e seus telejornais escolhidos, Jornal Nacional e Repórter Brasil Noite. No Brasil, vivenciamos um anacronismo regulatório do setor das Comunicações, que dá margem para a concentração midiática e ao desequilíbrio informacional, apesar dos esforços por instituir princípios para a democratização das comunicações na Constituição Brasileira de 1988. No país, há ausência de regulação e até mesmo censura para debater o tema, reforçado por um empecilho: a regulação é considerada pelo senso comum, voz acolhida com esmero pela mídia comercial e tradicional, como forma de censura.

A TV Globo e o Jornal Nacional, nascidos na e com o apoio da ditadura adentraram a época da redemocratização com muitos avanços e mudanças no âmbito tecnológico, o que não foi observado no tocante ao conteúdo, apesar de exaltado como democrático e plural por seus princípios editoriais. A pauta latino-americana foi relegada a um precário escritório internacional a partir de 2004, em Buenos Aires, capital argentina.

A TV Brasil é a primeira TV pública nacional lograda a partir de lutas de setores progressistas da sociedade civil organizada desde a redemocratização. E seu carro-chefe, o Repórter Brasil Noite se apresenta, em tese, como um telejornal que prioriza pautas que são deixadas de fora pela mídia comercial. No recorte temporal escolhido para esta pesquisa, a América Latina contava com apenas duas correspondentes internacionais, uma em Buenos Aires e outra na Colômbia. Com o golpe de 2016, a Empresa Brasil de Comunicação, gestora da TV Brasil, passou a ser desmontada. No entanto, uma década de existência já está registrada na história da EBC e da Ciência da Comunicação brasileira e internacional.

4.1. A Informação e a Comunicação são direitos humanos fundamentais

A Revolução Francesa, de 1789, refundou a noção do Direito. Se antes, a hierarquia social era rígida e imutável devido à vontade de Deus, segundo os homens, e a conveniência e oportunismo dos indivíduos que detinham posições sociais privilegiadas e, portanto, o poder,

com esse marco francês, trazendo os ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade, é concebido, ali e dali para o mundo, a noção dos Direitos Humanos.

Com a promulgação da Declaração Universal dos Direitos dos Homens e Cidadãos todos os homens, iguais, são submetidos à mesma lei, aos mesmos deveres e direitos. A Liberdade de Imprensa e de Expressão são datadas a partir desse acontecimento histórico. A mãe do jornalismo moderno é a Revolução Francesa.

No século XX, após duas guerras que massacraram a Europa e parte importante do mundo ocidental, e os genocídios cometidos decorrentes de teorias higienizadoras, como o fascismo e o nazismo, foram terrenos propícios para a transformação da Liga das Nações em Organização das Nações Unidas (ONU). A ONU cria a Declaração Universal dos Direitos Humanos, preceitos adotados como referenciais para a (re)formulação da maioria das Constituições do ocidente.

O Direito à Informação, como um Direito Humano, pressupõe as bases para a consolidação democrática de uma nação. Logo, a democratização da informação é pauta fundamental para ser discutida e (re)implantada nas nações desenvolvidas e em desenvolvimento, como o Brasil.

Ainda no cenário internacional, com participação da ONU, as reivindicações da Nova Ordem Mundial de Informação (NOMIC) ganham forma a partir dos Estudos Latino-Americanos em Comunicação, nos anos de 1970. O objetivo foi o de buscar soluções para promover o equilíbrio da informação, a partir, especialmente, da democratização das comunicações[14] massivas na América Latina. Uma vez que a região estava - e segue - com os meios de comunicação de massa concentrados e a serviço do poderio de uma minoria local (RONCAGLIOLO, 1982).

No final daquela década, representantes de diversos países dentro da Unesco formaram a Comissão *MacBride* (TORMO, 1981), a fim de discutir e propor soluções aos problemas da comunicação contemporânea. A reação foi imediata pelos detentores de veículos de comunicação, inclusive de países desenvolvidos, contrários à comissão, sob justificativa de que o grupo tinha a intenção de estatizar as comunicações, o que não era verdadeiro. Porém, a real motivação desses proprietários e concessionários de mídia era ocultar o debate inevitável sobre a influência do poder global nas comunicações e informações.

Ao considerar o monopólio e oligopólio da informação, situações favoráveis à dominação, a *Comissão MacBride* delineou mecanismos para a democratização das

[14] No que diz respeito ao fluxo e ao contra fluxo de informações.

comunicações nos países. Este foi um dos resultados divulgados pelo Relatório *MacBride*, aprovado em 1980. No documento, para tal fim, diante da constatação de desequilíbrio informativo, foram delineadas diretrizes para o setor a serem implementadas pelos países. O outro resultado foi a necessidade de estabelecimento de uma Nova Ordem Internacional da Informação (NOII).

4.2. Brasil: anacronismo regulatório do setor das comunicações

No Brasil, a mídia esteve e permanece controlada por algumas poucas famílias que detém um monopólio de vozes. São perspectivas semelhantes, difundidas por veículos de diferentes proprietários e plataformas. Não há pluralidade de vozes, quando há, é desproporcional a penetração dessas mídias em relação às alternativas e públicas no Brasil.

Não existe, portanto, uma observância em relação aos preceitos internacionais de direitos humanos e nem mesmo à Constituição brasileira de 1988 que observa a complementaridade do sistema midiático no capítulo destino à Comunicação Social, artigo 223. Além disso, os outros artigos do capítulo estabelecem princípios orientadores para os meios de comunicação de massa, "[...] porém, a falta de regulamentação posterior relega-os à inocuidade" (PIERANTI, 2008, p. 11). Democratizar a informação significa aprofundar a democracia, dada a importância que essa tem dentro do contexto democrático.

No caso da radiodifusão, a situação se agrava. Isso porque, o espectro eletromagnético por onde passam as ondas das emissoras de rádio e televisão é público e os critérios para concessões dessas emissoras são obtusos. Políticos são proibidos, pela Constituição, de terem concessões de radiodifusão, uma realidade praticada, porém, o que coloca em xeque a democracia. Grandes grupos empresariais e famílias detentoras de poderes econômicos e políticos foram privilegiadas com concessões. Além disso, a radiodifusão tem uma penetração na sociedade muito maior que os outros veículos de comunicação.

Diante desse cenário, uma alternativa para democratizar a comunicação no Brasil está na regulamentação da comunicação. Regulamentar, neste caso, significa propiciar uma ampliação das vozes que estão na sociedade, mas que, em sua maioria, não são representadas nos meios de comunicação. A censura é o cenário antigo que se perpetua na atualidade, que não permite a presença de vozes dissonantes e discordantes, prejudicando, assim, o debate público, a cidadania e a democracia. O que vai, inclusive, contra o preceito jornalístico de pluralidade.

Cabe ao Estado, como representante nacional, propor e regulamentar as comunicações, o que promoveria a democratização do setor. Desde a redemocratização do Brasil, em meados dos anos de 1980, setores da intelectualidade brasileira, de movimentos sociais e da sociedade civil organizada propõem e lutam pela democratização da comunicação no Brasil, a partir da regulamentação das comunicações como uma das medidas para este fim. Trata-se de uma pauta não colocada em pauta no Congresso Nacional pelas lideranças de ambas as casas durante todos esses mais de trinta anos de volta à democracia.

Isto porque, regulamentar significa, para os que hoje detêm o poder, o enfraquecimento dessa influência no debate público e na política, propriamente dita. Portanto, o enfraquecimento de sua posição social, política e econômica, bem como de seus privilégios em detrimento de uma maioria desassistida em todos os setores da sociedade, inclusive no da informação plural.

Esses setores, voltados à defesa e promoção de direitos humanos, buscavam na ocasião colocar em debate o papel da imprensa brasileira, em um cenário recente de processo de democratização, precedido de ampla censura imposta pelo regime militar que durou vinte anos. Muito além das ações de um governo de exceção, o período anterior foi marcado também pelo apoio de órgãos da imprensa, como a própria Rede Globo de Televisão, fundada durante e com o apoio da ditadura militar (REBOUÇAS, 2005).

E esse apoio à Globo foi recíproco. Se de um lado o general Castelo Branco[15] flexibilizava a legislação para ingressar o grupo norte-americano de mídia *Time Life* que fez parceria com a Globo; de outro, a emissora tornou-se oficialista, não divulgando nada que contrariasse o regime, permanecendo conivente, ao trabalhar as pautas jornalísticas com foco no desenvolvimentismo e nacionalismo, favorecendo as intenções da ditadura, influenciando o público à aprová-la (REBOUÇAS, 2005).

4.3. Comunicação na Constituinte brasileira: distinção entre liberdade de imprensa/expressão e de empresa

É importante salientar também que há diferença entre liberdade de imprensa/expressão e liberdade de iniciativa. Enquanto a primeira tem a ver com um direito fundamental, a segunda tem a ver com as regras do Mercado. Ora, se a informação e comunicação, ainda que sejam tratadas de forma comercial, são direitos e, portanto, devem atender a todos os

[15] Humberto de Alencar Castelo Branco foi o primeiro presidente da Ditadura Militar no Brasil, entre 15 de abril de 1964 e 15 de março de 1967.

cidadãos, não podem estar submetidas às regras do mercado. Em uma real democracia, o mercado não pode ter "[...] o papel de árbitro e mediador de limites do pluralismo" (PIERANTI, 2008, p. 13). Assim,

> [...] Quando conferido ao mercado, sem regulação por parte do Estado, esse papel culmina na adoção de critérios exclusivamente econômicos para a propriedade dos meios de comunicação de massa. Ou seja: o pluralismo passa a servir a quem dispõe de recursos suficientes, valendo essa proposição tanto para os meios de comunicação impressos, que não dependem de licença para funcionamento, quanto para os meios de comunicação de massa eletrônicos [rádio e televisão]. (PIERANTI, 2008, p. 13)

Nesse sentido, na ocasião da Assembleia Nacional Constituinte (ANC) em 1988, José Antônio Nascimento Brito, presidente da Federação Nacional dos Jornais (FNJ) que representa o patronato ligado aos jornais, defendeu a vinculação entre liberdade de expressão e livre-iniciativa, com a justificativa de que "[...] quanto maior o volume de publicidade de uma publicação, de uma televisão, de uma rádio, maior é a garantia que as pessoas e a sociedade podem ter a respeito da independência desse meio de comunicação" (BRITO, 1987 apud VOGEL, 2013, p. 04).

A justificativa é falaciosa, à medida que omite a pressão dos anunciantes sobre o conteúdo e defende que quantidade gere pluralidade e diversidade, quando, na verdade, é a qualidade que deve ser observada. Assim, ainda que seja uma quantidade enorme de publicidade, se todos os anunciantes tiverem o mesmo viés, será sempre mais do mesmo, ou seja, uma única voz.

Salienta Barbosa et. al (2006, p. 275): "[...] é preciso reconhecer que a diversidade de opiniões não é necessariamente proporcional ao número de veículos e por isso deve se prestar especial atenção à pluralidade ideológica". Além disso, há diferença entre liberdade e libertinagem de expressão. A liberdade de expressão encontra seu limite quando passa a interferir no direito de outros. Libertinagem, neste caso, tem a ver com violação de direitos.

Ou seja, levada a todo custo, trata-se de um abuso. Ainda na ocasião da ANC, o representante da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (Fenaj), Armando Rollemberg, contrapondo a perspectiva do papel da empresa comercial midiática como garantidora da pluralidade e diversidade, acentuou que a liberdade de imprensa no país é (e ainda nos dias atuais continua sendo) vinculada à liberdade dos empresários do ramo para defenderem seus próprios pontos de vista, uma vez que não divulgam notícias que contrariem seus interesses (PIERANTI, 2008).

4.4. A concentração midiática no Brasil

O enfrentamento mais contundente aos meios de comunicação de massa, porém, não foi colocado em prática durante a Constituinte, uma vez que, como atualmente, muitos políticos nutriam interesses mútuos com proprietários e concessionários de mídia, bem como a própria agenda política pautada pelos veículos de comunicação, especialmente a Globo, favorecia a concentração midiática (VOGEL, 2013, p. 5). Entre esse período propostas como a criação da Agência Nacional de Audiovisual (Ancinav) e o projeto de lei do Conselho Federal de Jornalista não foram levados adiante.

No Brasil, ainda hoje a mídia é concentrada, em um contexto marcado por oligopólio e monopólio, com propriedade cruzada, isto é, o mesmo detentor de um jornal o é de uma emissora de rádio, por exemplo. Algo que não se vê em países desenvolvidos e capitalistas que têm uma comunicação regulamentada pelo Estado e conselhos com participação da sociedade civil organizada para fiscalizar a observância da pluralidade, diversidade e regionalismo, além da fiscalização de toda forma de transgressão da lei e dos direitos humanos.

Algumas famílias são detentoras ou concessionárias de rádio, televisão, jornal, revista e meio digital no Brasil. Além disso, possuem um ponto de vista em comum. Falamos em uma baixa quantidade de proprietários e concessionários e uma unicidade de vozes. São elas:

> [...] as empresas jornalísticas das Organizações Globo (TV Globo, O Globo, Extra, Valor Econômico, Rádio Globo e CBN, revista Época, portal Globo.com e a TV a cabo Net)[da família Marinho]; o grupo Abril, dos Civita, que publica Veja e mais um total de 90 revistas de entretenimento; os Mesquita (O Estado de S. Paulo, Agência Estado e Estado.com); os Frias (Folha de S. Paulo, o portal UOL, Agência Folha, Diário Popular e Valor Econômico, em parceria com O Globo). As outras sete principais famílias no setor de rádio e televisão são: nacional – a) Saad (Bandeirantes); Abravanel (SBT) e regional – a) Sirotsky (RBS), em Porto Alegre8; Daou (TV Amazonas); c) Jereissati (TV Verdes Mares), no Ceará; d) Zahran (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul) e e) Camara (TV Anhanguera) (MATOS, 2008, p. 34 apud VOGEL, 2013, p. 8).

A concentração midiática, o monopólio de vozes, como vimos no capítulo anterior, potencializa os poderes políticos e econômicos dos empresários de mídia, elevando os lucros e a influência no jogo político e na opinião pública, construindo uma realidade antidemocrática, principalmente quando nos referimos à mídia eletrônica (rádio e televisão) pelo seu potencial de alcance e de apreciação da verdade pelos signos que a conformam.

Defender uma comunicação plural e diversa significa defender a inclusão de todos os cidadãos, em suas particularidades.

4.5. Regulação democrática da comunicação: diferentes perspectivas como solução ao desequilíbrio informacional

Há diferentes formas de regulamentar a mídia. Uma delas é a regulamentação de conteúdo democrática. Longe, mais uma vez, de tratar-se de censura, embora a linha entre elas seja tênue, esse tipo de regulamentação dentro de um contexto democrático significa amparar a população em relação ao que é divulgado de acordo com as prerrogativas constitucionais. Nela, a sociedade é protegida, diferentemente da censura que protege governos e/ou iniciativa privada.

Pieranti (2008, p.11) explica que "[...] a censura não deixa de ser uma forma de regular conteúdo, porém nem todas as formas de regular conteúdo correspondem à censura". Não se trata, no caso do Estado de proibir, senão de delinear diretrizes consideradas de interesse público. Por exemplo, a classificação indicativa é um tipo de regulamentação de conteúdo, assim como cotas e limites para a publicidade. Material audiovisual de teor violento não é apropriado para o período vespertino, uma vez que se trata de um horário que crianças estão na sala diante de um televisor.

Além desse, conteúdo que fere os direitos humanos divulgados de forma irresponsável por meio de piadas também se enquadra como inadequado, uma vez que prejudica o direito de outros serem representados, como o de LGBTs[16], negros, indígenas, mulheres e deficientes. Não regulamentar, nesses casos, significa um desserviço à qualidade do debate e da democracia.

Um exemplo disso que ficou marcado na história da televisão brasileira foi a decisão pela Justiça determinando que a Rede TV! divulgasse o programa educativo "Direito de Resposta" no lugar do programa Tarde Quente, do apresentador João Kleber, caracterizado por quadros de pegadinhas com homossexuais e diversas cenas que violam os direitos humanos.

Com conteúdo de promoção dos direitos humanos, o Direito de Resposta foi realizado por seis entidades da sociedade civil organizada com o apoio do Ministério Público Federal. "[...] Pela primeira vez nas quase seis décadas de existência da televisão brasileira, todos os

[16] É a sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transgêneros que se referem ou a orientação sexual ou a identidade de gênero.

setores que se sentem notoriamente discriminados pela grande mídia foram chamados a ocupar de alguma forma aquele espaço conquistado na TV aberta" (BARBOSA et. al, 2006, p. 268).

Além da exibição, foi determinado que a emissora financiasse os 30 programas do Direito de Resposta por 200 mil reais em troca de não perder a concessão. O programa promoveu um amplo debate sobre os mais diversos direitos humanos, como:

> [...] educação, saúde, moradia, comunicação, diversidade sexual, igualdade racial, igualdade de gênero, terra, liberdade religiosa, direito das crianças e dos adolescentes, segurança pública, humor, esporte, acesso à Justiça, participação popular, inclusão social, imigrantes e refugiados, trabalho, meio ambiente, questão indígena, direitos sexuais e reprodutivos, diversidade cultural. Todos os temas foram abordados sob a ótica de quem luta para efetivá-los no País: movimentos sociais, movimentos civis, organizações não-governamentais, entidades de classe, etc. (BARBOSA et. al, 2006, p. 267)

Ainda, o programa Tarde Quente foi suspenso. Uma multa de 400 mil reais foi aplicada à emissora destinada ao Fundo de Defesa dos Direitos Difusos, além de prometer readequar a grade de programação segundo a classificação realizada pelo Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação, do Ministério da Justiça. Sem falar na decisão da emissora em romper o contrato com o apresentador e tirar do ar o programa Eu Vi na TV (BARBOSA et. al, 2006).

A decisão foi marcante pelo peso simbólico, pelas determinações à emissora e pela representação do conteúdo e o debate na sociedade. A realização do Direito de Resposta mostrou "[...] a existência de uma demanda de veiculação de produções em rede aberta altamente reprimida no País", em busca de um meio de expressão, além de que a sociedade civil organizada está preparada para produzir audiovisual de qualidade, fazendo jus à TV que reivindica (BARBOSA, 2006, p. 270). Também, como acrescenta Pieranti (2008, p. 12), "[...] expressar-se, em suma, não basta; é preciso garantir mecanismos para ser ouvido".

Vale lembrar que a emissora e o apresentador ganharam dinheiro com a violação de direitos humanos, "[...] ou seja, obtiveram recursos ilegais a partir de uma prática que a Justiça julgou criminosa" (BARBOSA et. al, 2006, p. 266). Na ocasião, esclareceu o Ministério Público na decisão liminar:

> [...] Não se pode falar em interferência na liberdade de expressão da emissora ou dos produtores do referido programa (Tarde Quente), vez que as liberdades individuais devem ser exercidas por cada um de modo a não interferir na esfera de liberdade do outro. São como linhas paralelas, que devem seguir sem se atingirem. A partir do momento que uma fere a outra, ou seja, que um indivíduo use de sua liberdade de modo que interfira na esfera de direitos dos

> outros, havendo provocação, o Estado Juiz deve intervir (MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL apud BARBOSA et. al, 2006, p. 265).

Outra forma de regulamentar a radiodifusão é a geográfica. Isto significa dividir o espectro eletromagnético entre os diferentes setores representantes da sociedade. Na Argentina, por exemplo, com a *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* de 2013, popularmente conhecida como Lei de Meios, o espectro foi dividido em três partes iguais e foi delimitada uma difusão dentro de espaços geográficos da informação. No Brasil, seria o mesmo que redistribuir o espectro entre mídias comerciais, alternativas e públicas, com similar peso.

Ainda, a regulamentação econômica se apresenta como outra maneira viável. Hoje a verba publicitária governamental e de empresas estatais é dividida de acordo com o critério de mídia técnica, ou seja, os veículos de comunicação que apresentam maior audiência recebem a maior parte ou toda a propaganda governamental e estatal. Na realidade, esse preceito é tomado como escusa para ocultar uma ligação promíscua entre poder econômico, político e midiático, danosa à democracia.

Outra forma de regulação é a da propriedade cruzada dos meios de comunicação de massa. Nesse caso, ficaria vedado ao proprietário e concessionário ter dois ou mais veículos de comunicação ao mesmo tempo. Essa proposta, juntamente com a proposta de uma mídia pública não governamental, promoveria um espaço que, junto com as mídias comerciais, trariam um pouco mais de equilíbrio e qualidade ao setor das comunicações. Aqui, trata-se de uma rápida explicação, abordada de forma mais aprofundada por Vogel (2013). É esta a proposta de John Thompson quando conceitua esse tipo de regulação de "[...] pluralismo regulado dos meios de comunicação social" (VOGEL, 2013, p. 16).

4.6. A TV Globo, o Jornal Nacional e o impasse da pauta latino-americana no JN

A televisão no Brasil é criada em 1950, com influências do rádio. Nasce comercial, diferentemente de outros países, como a desenvolvida Inglaterra e a nossa vizinha latino-americana Argentina, que nasceu pública. No Brasil, a inauguração ficou a cargo da TV Tupi, de Assis Chateaubriand, dono dos conglomerados de mídia Diários Associados. Essa emissora era a única existente naquele momento na cena televisiva brasileira.

Nos moldes das TVs estadunidenses ABC[17] e NBC[18], em abril de 1965, porém, surge a Rede Globo de Televisão da família Marinho, em parceria com o projeto de nacionalismo e desenvolvimento do regime militar, que, hoje, compõe o Grupo Globo. Com o apoio, recebeu vantagens para a expansão de rede de retransmissoras e afiliadas pelo país, além de incentivos fiscais e, quando da sua criação, para firmar o acordo inconstitucional com o grupo estadunidense *Time-Life*, uma vez que se trata de um acionista estrangeiro em radiodifusão, situação vedada pela Constituição à época. Em troca, a Globo serviria como TV oficial da ditadura, divulgando informações de interesse dos militares (REBOUÇAS, 2005).

Ao acordo, Rebouças (2005) chama de cooptação. Segundo o autor, a Globo ajudou a esconder a ditadura e, além da emissora, o mesmo aconteceu com outros canais e governos ditatoriais em países da região. Ele lembra que historicamente, para os militares, o setor das Comunicações é estratégico e um ponto de segurança nacional. Neste caso, ter a Globo como parceira significava ter um meio de comunicação, com uma apreciação de realidade maior que qualquer outro, a televisão, e com um alcance e audiência incomparável, em defesa da política de integração nacional. Essa política se dava por toda a programação e não somente pelo telejornalismo.

De caráter privado, além da Globo, outros três grandes grupos midiáticos com características bastante semelhantes se despontam na América Latina: Televisa (México), Cisneros (Venezuela) e Clarín (Argentina). Por meio de um vocabulário acessível, mostram-se defensores da cultura nacional. De acordo com Rebouças (2005, p. 158),

> [...] são herdeiros de uma tradição nacionalista, fundada nos tempos das oligarquias latifundiárias, constituem empresas familiares patriarcais (à exceção do grupo Clarín, que tem a viúva de Roberto Noble, Ernestina Noble, como presidente), mantêm fortes relações com os governos locais, começaram a crescer verticalizando seus interesses em mídia (exceto o grupo Cisneros, que começou no setor de transportes), para depois partir para a horizontalização e a diversificação, e, entre outras semelhanças, são fiéis à tradição de orgulho por uma independência aparente.

O Tele Globo foi o primeiro telejornal exibido pela TV Globo no dia da sua inauguração. Antes do Jornal Nacional, só criado quatro anos mais tarde, vários telejornais, alguns de tempo de exibição curtos, foram experienciados pela emissora. No período inicial, o destaque ficou para o Jornal de Vanguarda, originado na TV Excelsior, com passagens na TV Tupi. "[...] Quando Walter Clark assumiu a direção da TV Globo, levou o telejornal e toda sua equipe para a emissora", contam Barbosa e Ribeiro (2005, p. 208).

---

[17] *American Broadcasting Company* é um grupo midiático comercial estadunidense.
[18] *National Broadcasting Company* é uma rede de televisão e rádio comercial estadunidense.

Em 1969, o então Jornal da Globo é substituído pelo Jornal Nacional que inaugura as transmissões em rede da TV Globo, tornando-se a primeira rede de televisão do Brasil. Com isso, a emissora diminuiria os custos de produção e aumentaria o espaço de comercialização publicitário, divulgando uma programação uniforme a todo o Brasil. "[...] Ao participar do projeto político do Estado, a TV Globo construía, através da textualidade informativa, uma identidade unívoca para o país" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 210). Por meio da unificação cultural na televisão, os militares construiriam a integração nacional em torno de seu poder.

As autoras esclarecem o papel fundamental desempenhado pelo telejornalismo da emissora, principalmente o Jornal Nacional, carro-chefe da TV Globo, de constituir simbolicamente a atualidade imediata, ou seja, construir uma realidade presente entregue ao público brasileiro, em tom intimista e coloquial, por meio da janela para o (na verdade "um") mundo que é o televisor. A narrativa noticiosa era envolvida em "[...] fortes doses de emoção ou apelo aos valores patrióticos" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 210). Imagens iguais eram difundidas aos aparelhos de TV para um público diferente e que assistia a uma não representatividade de si mesmos na tela do televisor.

A possibilidade de atualização recorrente, já vivenciada pelo rádio, e a ideia de acontecimento único, realizados pelo telejornalismo da TV Globo, dava uma nova noção de tempo ao cotidiano do telespectador. Neste sentido, o público também passa a compor a rede simbólica criada pelos signos visuais, sonoros e discursivos dos conteúdos. "[...] O telespectador passa, a partir daí, a esperar, todos os dias à mesma hora, as imagens do que acontecia no Brasil e no mundo" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 211). Sem falar nos acontecimentos repentinos que surgiam - e surgem ainda hoje - à tela de igual modo, interrompendo a programação.

A credibilidade, por sua vez, era fortalecida por meio das chamadas "[...] matérias testemunhais". Nelas, a voz do entrevistado complementava a informação, despertando uma crença de autenticidade. "[...] A voz era a verdade". A verossimilhança também era recurso usado pelo telejornal, produzindo simulacros dos acontecimentos (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 211). Na época, diferentemente de hoje, não havia a possibilidade de usar documentos durante as transmissões, portanto a voz era o recurso usado para garantir a verdade dos fatos.

A expansão da emissora acontece na década de 1970. Estações de TV em São Paulo, Belo Horizonte e Brasília são criadas nesse período e outros telejornais, como o Jornal Hoje e

o Bom dia São Paulo. A emissora passou a investir no aprimoramento da tecnologia. O *teleprompter* chega aos estúdios Globo em 1971. Com seu uso, produzia-se o efeito de intimidade com o público. Em 1973, o Jornal Nacional passa a exibir as reportagens em cores, trabalhando com a ideia de verossimilhança.

Muito além da questão tecnológica, a causa era política. Esses investimentos significavam a "[...] materialização do ideal de modernidade, extremamente importante do ponto de vista dos militares". Por outro lado, essas mudanças interferiram nas convenções jornalísticas e no envolvimento com o público. Com todos esses elementos que produzem efeito de verdade, realidade e intimidade, "[...] estavam, pois, lançadas as estratégias narrativas fundamentais para igualar as imagens transmitidas via telejornalismo àquelas que cotidianamente faziam parte do mundo do telespectador" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 214-215).

Com as novas tecnologias, outra mudança nas convenções jornalísticas foi a possibilidade de entrada ao vivo direto do local do acontecimento, tanto para apurar informações como para fazer suas "passagens". Com isso, o repórter somava a função de produtor e apresentador da matéria jornalística. Trata-se, como chama Barbosa e Ribeiro (2005, p. 216) de "repórteres de vídeo". Esse efeito foi potencializado com a entrada da digitalização, portabilidade e mobilidade principalmente no século XXI.

Outro ponto que merece destaque é a consolidação do jornalismo internacional. A presença dos repórteres *in loco*, no Brasil e no exterior, no Jornal Nacional dava uma impressão de onipresença da Rede Globo. Essa presença constante e a sensação de estar em todos os lugares ao mesmo tempo, foram possíveis com a criação de escritórios fora do país e afiliadas nas diversas regiões do Brasil. Segundo as autoras, "[...] isso tinha como efeito a produção de uma aura de eficiência e poder, que até hoje é uma das grandes marcas - e um dos maiores patrimônios da emissora" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 217).

Em 1983, segundo dados apresentados por Barbosa e Ribeiro (2005), a Globo tinha 27 emissoras em todo o país. A Central Globo de Jornalismo (CGJ) empregava dentro e fora do Brasil mais de mil pessoas. É esse o momento do chamado "Padrão Globo de Qualidade". O primeiro escritório de correspondentes é o de Nova Iorque, criado em 1973. Foi seguido por: Londres (1974), Paris (1977), Colônia-Bonn (1977) - Alemanha estava dividida entre capitalistas e socialistas, contexto de Guerra-Fria -, Buenos Aires (1979 e 2004), Washington (1982), Roma (1999) e Jerusalém (2004).

O único escritório da América Latina, na capital argentina, como visto, foi criado em dois momentos diferentes. O primeiro, por ocasião da Guerra das Malvinas, permanecendo até o final do combate em 1982. Continua durante os anos de 1980 e 1990 sem um único escritório de correspondentes na região. É reativado somente em 2004, em situações precárias, em Buenos Aires. Um único repórter fazia toda a produção da notícia, da pauta, os textos e imagens, passando por uma pré-edição e enviando via internet do seu próprio apartamento.

Esse novo contexto, substitui o envio ocasional de repórteres de Porto Alegre à capital argentina. Como se um único repórter, fora do contexto do país, falando de um único lugar, tivesse a capacidade de reportar com qualidade uma região inteira, como a América Latina, com exceção do Brasil. Rebouças (2005, p. 165) nos oferece um exemplo: "[...] pior desatenção se dá quando de acontecimentos ocorridos no Paraguai, o repórter de Foz do Iguaçu atravessa os 552 metros da Ponte da Amizade e faz sua matéria internacional diretamente de *Ciudad del Este*". Assim como o Brasil, a TV Globo também dá as costas para a América Latina, prejudicando a agenda latino-americana.

Outra situação, que ocorre segundo o autor de forma recorrente, é o uso de imagens produzidas e divulgadas por agências internacionais para os escritórios de Nova Iorque e então, entregues ao mundo. São, em geral, agências comerciais de países desenvolvidos como os Estados Unidos, produzindo notícia a partir do ponto de vista, neste caso, estadunidense e também do olhar, com frequência, liberal de seus proprietários. O que temos é um produto vendido como de interesse público, mas de interesse privado. Recebemos no Brasil a visão dos nossos vizinhos a partir daqueles que ajudou - e ajuda - a nos colonizar e coloniza-los.

Os anos de 1990 é o período da globalização, o que não significa pluralidade de perspectivas. Com a redemocratização e a Constituição de 1988, nada de políticas estatais no tocante à democratização se modifica no universo da Rede Globo. O grupo, porém, "[...] passa a se aproximar do modelo 'liberal corporativo' de sociedade (...) [oferecendo ao público] uma programação liberal e privatizante" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 218). Esse novo modelo só viria a se consolidar a partir dos anos de 1990.

Um dado importante para as pesquisas e de difícil acesso por parte dos cientistas é o da receita de veículos de comunicação privados. As autoras, porém, trazem-nos esses dados da TV Globo do final dos anos de 1980. Em 1987, conforme elas, a receita anual da TV Globo era estimada em 500 milhões de dólares e o seu valor patrimonial em um bilhão de dólares. Ao todo, teria 12 mil funcionários. Era a quarta maior rede privada do mundo, atrás

somente das estadunidenses *CBS*[19], *NBC* e *ABC*. Na época, uma audiência de 80 milhões de telespectadores, abrangendo, já naquela ocasião 98% do território. Já estava, atualmente é praticamente sintonizada em todo território brasileiro.

Naquela época, somente o Jornal Nacional tinha uma audiência de 50 milhões de telespectadores. Esse número vem decrescendo ano a ano, principalmente com a entrada da internet no país. Todavia, segue sendo o principal telejornal do país e o de maior audiência. Conforme Barbosa e Ribeiro (2005, p. 218), "[...] no final da década, a Globo cobria, com suas 86 emissoras, 99% do território nacional, com uma audiência média de 56 pontos".

Outro ator que entrou na cena jornalística em meados dos anos 80 foi o comentarista. A partir de 1985, todos os telejornais da rede, incluindo o Jornal Nacional, passaram a contar com comentaristas. Se antes o fator testemunhal marcava e reforçava a credibilidade da emissora, agora, o jornalismo especializado trazia mais credibilidade ao telejornal, ao contextualizar as informações.

A década de 1990 propiciou, com o advento de tecnologias mais modernas e profissionais atualizados, a reconstituição dos fatos em forma de desenho e a explicação de documentos e informações por meio de gráficos. Atualmente, o telejornal investe nas transmissões ao vivo, a fim de se aproximar cada vez mais do público e do acontecimento, na informalidade sob medida, no falar com o público e entre si e no vai-e-vem dentro do estúdio, mas não no conteúdo.

É ainda nos anos de 1990 que, para se aproximar ainda mais do público, as queixas são levadas para rechear o telejornalismo da TV Globo. Logo, a emissora e o telejornal "[...] se autoconstroem como intermediário entre público e poder público. Exerce assim a função diretiva e de comando, outorgada pela própria audiência" (BARBOSA; RIBEIRO, 2005, p. 220-221).

Outra mudança importante nesse contexto foi a substituição de locutores por jornalistas, assim, diante de um imprevisto ou mesmo de um furo ao vivo, passou a ser possível qualificar ainda mais as transmissões, improvisando, realizando entrevistas ao vivo e fazendo alguns comentários. Para Barbosa e Ribeiro (2005, p. 221), "[...] os jornalistas passam a apresentar os telejornais porque estão autorizados, ou melhor, porque possuem autoridade narrativa e legitimidade para fazê-lo".

A televisão, cada vez mais instantânea, inibe a possibilidade de reflexão, que necessita de uma pausa para ser processada. Ao negligenciar a contextualização, o aprofundamento da

[19] *Columbia Broadcast System* é uma rede de televisão aberta comercial estadunidense.

análise, portanto as causas e efeitos, o passado e o futuro, oferecendo um conteúdo solto e singular, sem precedentes ou antecedentes, a própria qualidade da notícia é prejudicada, portanto a formação de opinião do cidadão também. Neste caso, o brasileiro.

No atual documento onde constam os princípios editoriais do Grupo Globo e que se estende a todos os seus veículos, inclusive ao Jornal Nacional, o grupo confere seu êxito "[...] ao bom jornalismo que praticam" (GRUPO GLOBO, 2011, p. 01-02). Segundo o texto, a justificativa de se criar o documento é para que fosse um parâmetro para a prática jornalística com integridade. Os princípios editoriais foram escritos a partir da experiência de nove décadas do Grupo Globo, visando um "[...] compromisso com o público".

De acordo com o documento, pratica jornalismo aquele cujo propósito é produzir um primeiro conhecimento sobre os fatos. Ainda diz o documento, "[...] o veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa, faz propaganda. Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica".

Como explicitamos no capítulo anterior, é impossível o jornalismo não estar eivado de valores e de ideologias, uma vez que resulta em um conteúdo noticioso simbólico. A política é transversal a qualquer assunto, inclusive ao jornalismo. O que é possível e desejável para o exercício do jornalismo é a busca incessante pela pluralidade de fontes e olhares, uma linguagem objetiva e clara. Porém, como o jornalismo é feito de narrativas e discursos é impossível estar isento de ideologias. Todo jornalismo tem ideologia por premissa. O que cabe conhecer é a quem serve esta ideologia e quais os interesses que estão por trás dela ao ocultá-la.

Também salienta que "[...] o Grupo Globo é apartidário, e os seus veículos devem se esforçar para assim serem percebidos", na mesma página reforça "[...] o Grupo Globo é independente de governos, e os seus veículos devem se esforçar para assim serem percebidos" (GRUPO GLOBO, 2011, p. 07). Esses itens contradizem a própria história da Globo, documentada cientificamente não só por pesquisadores da área de Comunicação, como também de outras áreas como História e Sociologia. Referenciamos ainda acima uma breve história de privilégios na ocasião do surgimento e manutenção da Rede Globo de Televisão, atrelada ao projeto de desenvolvimento e integração da ditadura militar.

O documento reforça que "[...] o Grupo Globo é independente de grupos econômicos, e os seus veículos devem se esforçar para assim serem percebidos. Por esse motivo, as decisões editoriais sobre reportagens envolvendo anunciantes serão tomadas a partir dos mesmos critérios usados em relação aos que não sejam anunciantes" (GRUPO GLOBO, 2011,

p. 08). É consenso na área de Comunicação, a partir de diversas pesquisas realizadas no decorrer das décadas sobre veículos de vários países, que empresas comerciais de mídia recebem influência, pautam-se a partir dos interesses e das pressões de anunciantes.

O texto ainda pontua que "[...] só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez" (GRUPO GLOBO, 2011, p. 05-09). Neste sentido, como critério de isenção, diz os princípios editoriais do Grupo Globo que "[...] na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido".

Nos princípios editoriais consta que "[...] todo esforço deve ser feito para que o público possa diferenciar o que é publicado como comentário, como opinião, do que é publicado como notícia, como informação". Também, inclui-se a responsabilidade social que todo veículo jornalístico deve ter. Neste sentido, afirmam que "[...] é legítima a preocupação com os efeitos maléficos que uma informação possa causar à sociedade" (GRUPO GLOBO, 2011, p. 20).

Quanto aos valores do Grupo Globo, cuja defesa é o que eles consideram como um "[...] imperativo do jornalismo" (GRUPO GLOBO, 2011, p. 25) praticado pela Globo, balizam-se: na independência, apartidarismo, laicidade, um jornalismo que busque isenção, correção e agilidade. Ainda:

> [...] Não será, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderá intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza. (...) Sem a democracia, a livre iniciativa e a liberdade de expressão, é impossível praticar o modelo de jornalismo de que trata este documento, e é imperioso defendê-lo de qualquer tentativa de controle estatal ou paraestatal. (GRUPO GLOBO, 2011, p. 25)

Todos esses elementos que eles defendem como um não posicionamento são, por si só, posicionamentos. Defender a livre iniciativa, ou seja, a liberdade de empresa, a liberdade de mercado, trata-se de um posicionamento econômico e liberal. Como a televisão se trata de uma concessão pública, uma vez que o espectro eletromagnético é público, deve ser regulada. Trata-se de um controle democrático, a fim de proteger a maioria dos cidadãos-telespectadores, medida esta que caberia ao Estado, como esclarecemos no início deste capítulo.

A liberdade de expressão é sim prerrogativa de um jornalismo de qualidade, porém a livre iniciativa nem sempre vai ao encontro da liberdade de expressão e da democracia, como expusemos neste capítulo. Por isso, a comunicação e a informação, como direitos humanos fundamentais de todos, no caso de uma democracia, devem ser reguladas para que não se cometa abusos, prejudicando uma maioria em detrimento do favorecimento a uma minoria interessada na informação e no negócio da informação.

A política editorial do Grupo Globo pode até convencer o senso comum. Mas ao submetê-lo ao senso crítico científico, pontos, como os destacados, colocam posturas defendidas pela emissora em xeque, uma vez que estas divergem a teoria da prática. Outras serão colocadas à prova, não de maneira determinante e generalista, senão a partir da análise do nosso objeto pela amostragem no quarto capítulo, oferecendo-nos pistas que podem deduzi-la como um todo.

4.7. A EBC, a TV Brasil, o Repórter Brasil Noite e o impasse da pauta latino-americana no RBN

A criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) em 2007 é o resultado de uma luta travada por setores progressistas da sociedade civil organizada, bem como de intelectuais, que remonta ao período da redemocratização do Brasil na metade dos anos de 1980. O surgimento da EBC inaugura a tentativa de sanar uma lacuna em termos de democratização da comunicação, especialmente de uma comunicação pública em nível nacional, tendo como contexto o segundo mandato presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT). Essa tentativa é marcante, à medida que tenta romper com um contexto de monopólio e hegemonia comercial, logo, de hábitos de consumo, de mais de quase sessenta anos se tomarmos como base a televisão.

A Empresa Brasil de Comunicação foi constituída primeiramente pela Medida Provisória (MP) 398/07, substituída, logo depois, pelo Decreto 6.246/07 que cria a EBC, e consolidada pela Lei 11.652/08 na cena brasileira. Sua criação está teoricamente em conformidade com o princípio constitucional brasileiro do artigo 223 que prevê a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal. Além disso, vai ao encontro das

práticas internacionais de comunicação pública dos principais centros capitalistas do mundo, como a *BBC*[20] de Londres e a estadunidense *PBS*[21].

A criação da EBC, em outras palavras, significa a abertura de várias mídias de comunicação para o debate público, observando a pluralidade, a diversidade, o regionalismo, a qualidade informativa com o livre debate de ideias, fiscalizada pelo público e feita de acordo com seus interesses. Neste sentido, "[...] as emissoras públicas foram criadas para proteger a vitalidade dos debates e das manifestações culturais que a sociedade deve pautar, produzir e entabular em seu domínio civil próprio" (BUCCI, 2010, p.7).

Para isso, canais de comunicação para a interlocução de críticas, sugestões e elogios, como a Ouvidoria, além da presença de um Conselho Curador, termômetro da linha editorial e responsável pela elaboração do Plano de Trabalho Anual da EBC com diretrizes acerca destinação de orçamento, avanços técnicos e tecnológicos e com o que diz respeito à programação. Composto em sua maioria por representantes indicados primeiramente por uma lista pela sociedade civil organizada e nomeados pelo Presidente da República de turno, com mandato de quatro anos, o Conselho Curador garantia a participação popular nos conteúdos oferecidos pela Empresa Brasil de Comunicação.

A participação popular, além da autonomia em relação ao mercado e aos governos em teoria garantiriam na prática mais força e qualificação ao adjetivo "público" (PEREIRA, 2009), ou seja, com o pressuposto de pertencer a todos (MATOS; HAZIN, 2008). Nesses termos, a comunicação pública considera o público como cidadão e não como consumidor. Bucci esclarece que a comunicação pública está ligada ao ideal da imprensa, livre das amarras do governo de turno e do mercado, uma vez que está vinculada ao público. Assim,

> [...] As emissoras públicas, em suma, existem para ajudar a sociedade a realizar o ideal da imprensa - que é instituição social, independente do Estado, em que vige a liberdade de expressão, incumbida de fiscalizar o poder. (...) Independência, portanto, não é isolamento, mas autonomia de critérios de decisão e de procedimentos. É o distanciamento crítico em relação ao poder político ou estatal e em relação ao mercado. De modo algum implica uma postura de autossuficiência ética, cultural e jornalística. A emissora pública não deve prestar contas ao governo nem ao capital, mas isso justamente porque as presta, recorrentemente, ao público e à sociedade. (BUCCI, 2010, p. 6-7)

Naquele ano, ocorreu em Brasília o Primeiro Fórum Nacional de TVs públicas, convocado pelo Ministério da Cultura. A Carta de Brasília, texto base para a implantação da

---

[20] *British Broadcasting Corporation* é uma emissora pública de rádio e televisão do Reino Unido, criada em 1922.

[21] *Public Broadcasting Service* é uma emissora de televisão estadunidense de caráter educativo-cultural.

TV Brasil (CARVALHO, 2013), foi um dos documentos resultantes do evento. O segundo fórum, realizado dois anos depois, teve como um de seus principais objetivos pressionar o Congresso Nacional pela aprovação da regulamentação dos artigos 221 e 223 da Constituição (BURINI, 2010), e o resultado foi a segunda versão do documento.

Em ambos os eventos, foram discutidos, com ajuda de setores da sociedade civil organizada e intelectuais, o delineamento de caminhos possíveis para uma experiência nacional de comunicação pública, sedimentada dentro de nosso contexto. O investimento na Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP), que tem a TV Brasil como cabeça de rede, era uma das reivindicações.

De acordo com Bolaño e Brittos (2008), devido ao choque com os interesses das mídias tradicionais – empresas comerciais e concessões públicas outorgadas à iniciativa privada – nessas ocasiões, e, portanto, da falta de esclarecimento, distorção e sufocamento por parte delas ao público sobre o papel da comunicação pública, chamando-a de "chapa-branca", não houve debate verdadeiro, a argumentação sobre o que é direito de todos se tornou frágil diante desse contexto.

Segundo o site da EBC (2007, web), a missão da empresa é "[...] criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas". Sua visão é a de "[...] ser uma empresa de comunicação relevante para a sociedade". Além disso, em termos de valores professa:

> Temos o compromisso com a comunicação pública. Acreditamos na independência nos conteúdos, na transparência e na gestão participativa. Defendemos os direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania. Valorizamos as pessoas e a diversidade cultural brasileira. Cultivamos a criatividade, a inovação e a sustentabilidade. (EBC, 2007, web)

Na prática, a EBC sofre interferência do governo de turno desde sua criação (GODOY, 2015). Cinco, dos vinte e dois membros do Conselho Curador são indicados pelo Presidente da República. Os cargos do Conselho de Administração e Diretoria Executiva da EBC também são indicados pelo chefe de Estado. Além disso, o Decreto 6.689/08, que definiu o estatuto social da empresa e que, assim como a Lei 11.652/08 que criou a EBC e estabeleceu sua gestão, expressa o vínculo com a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), responsável pela assessoria do governo federal.

A receita da Empresa Brasil de Comunicação provém, na sua maior parte, do Tesouro Nacional. Entre outras formas de financiamento, a lei que criou a EBC permite doações,

legados, subvenções e patrocínio cultural. A maior beneficiária do financiamento é a TV Brasil.

Os cortes no financiamento à EBC, destinado pelo Tesouro Nacional, diminuem ano a ano, desde 2011, primeiro mandato do governo de Dilma Rousseff (PT). Em contrapartida, desde 2008, o orçamento por fontes de recursos próprias aumentaram, porém ainda representavam em torno de ¼ da receita total até 2013. Essas informações estão detalhadas nos planos de trabalho anuais da EBC entre 2013 e 2016 (CONSELHO CURADOR, 2013; 2014; 2015; 2016). Não foram encontrados no site da EBC os planos referentes aos anos subsequentes.

A EBC é a gestora de um ecossistema midiático público e nacional composto pela Agência Brasil, TV Brasil, TV Brasil internacional, Rádio Nacional, Rádio MEC AM e FM, Rádios Nacional do Rio de Janeiro, Nacional AM e FM de Brasília, Nacional da Amazônia e Nacional do Alto Solimões. Além disso, a Empresa Brasil de Comunicação presta serviços de comunicação governamental por meio do canal de TV NBR e do programa radiofônico "A Voz do Brasil".

A TV Brasil é a primeira proposta nacional de uma emissora televisiva pública. Foi criada também em 2007, mesmo ano do surgimento da TV digital no Brasil. A TV Brasil possui sede em Brasília (DF) e regionais no Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), São Luís (MA), Porto Alegre (RS) e Tabatinga (AM). De acordo com o site da emissora,

> [...] A TV Brasil veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania. (TV BRASIL, 2007, web)

Ainda, outro empecilho enfrentado, neste caso, pela TV Brasil é a distribuição do sinal pelo território brasileiro. Há alguns estados, como o de São Paulo, que a emissora só é acessada em TV por assinatura, uma vez que a própria lei que criou a EBC estabeleceu a obrigatoriedade de transmissão da TV Brasil nos pacotes de assinatura nacionais, ou ainda, transmitidas algumas horas da programação da emissora em parceiras que compõem a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP), como é o caso da TV Unesp, em Bauru (SP).

O principal motivo para o entrave do sinal em muitas localidades, como o estado de São Paulo, é a disputa política entre governos de turno, estaduais e federais, que integram partidos políticos de oposição. Tal obstáculo de sintonização pelo público é um dos fatores que explica a baixa audiência da emissora.

Dentro desse contexto, situamos a segunda edição diária do Repórter Brasil, o Repórter Brasil Noite. O telejornal inicia suas transmissões em dezembro de 2007, veiculado atualmente de segunda a sábado, às 20h. Em 2013, parte do nosso recorte temporal de análise, o telejornal era exibido de segunda a sexta-feira. Em 2014, o telejornal passou a ser exibido aos sábados, às 21h. Em 2015, o horário foi alterado novamente, passando para às 20h. O motivo, segundo a emissora, é de estar no horário que "[...] o conteúdo jornalístico é praticado pelas demais emissoras por ser o mais apropriado para os telespectadores". (CONSELHO CURADOR, 2015, p. 69).

O Plano de Trabalho de 2014 da EBC oferece informações quanto ao público-alvo do Repórter Brasil Noite. Segundo o documento, o telejornal é voltado aos "[...] telespectadores da TV Brasil, de jovens a idosos de todas as classes e gêneros". Como objetivo geral, o programa "[...] Busca permanentemente a precisão das informações, o equilíbrio dando vozes a todos os envolvidos nos acontecimentos e promover a valorização da diversidade e a aceitação das diferenças em relação a tradições culturais, crenças religiosas, gênero, faixas etárias, concepções políticas, origem étnicas, geográficas e identidade sexuais" (CONSELHO CURADOR, 2014, p. 102). Como diretriz do jornalismo praticado pelos veículos sob gestão da EBC, o Plano de Trabalho de 2015 esclarece: "[...] ter como missão no jornalismo dar voz à sociedade civil mobilizada" (CONSELHO CURADOR, 2015, p. 27).

Segundo o Plano de Trabalho de 2013 da EBC, o Repórter Brasil Noite, passou a ser apresentado de Brasília com comentários e entrevistas eventuais a partir do Rio de Janeiro e São Paulo. De acordo com o documento, "[...] O novo cenário oferecerá melhores condições para a realização de debates no telejornal, facilitando a participação de duas ou mais pessoas" (CONSELHO CURADOR, 2013, p.83). Segundo o documento, a proposta do jornalismo da EBC é diferenciado do jornalismo de outros veículos de comunicação:

> [...] A linha editorial do Jornalismo da EBC tem como prioridade reportar e assegurar a exibição de assuntos que não são cobertos e divulgados pelos outros telejornais, programas jornalísticos e agências de notícias. Tem também como foco assegurar a política de promoção ao acesso à informação por meio da pluralidade e diversidade das "fontes", dando voz às pessoas sem destaque na mídia (CONSELHO CURADOR, 2013, p. 85).

Quanto à cobertura jornalística da América Latina, o referido relatório aponta que o ano de 2013 se iniciaria com a ampliação da cobertura regional latino-americana. Conforme o texto, "[...] a jornalista da EBC Leandra Felipe será nossa correspondente na Colômbia, para

realizar a cobertura multimídia dos países andinos e da América Central, reforçando a equipe de correspondentes internacionais da EBC" (CONSELHO CURADOR, 2013, p. 85).

Sobre a cobertura internacional, naquele ano, "[...] foi contratado o comentarista Emir Sader e um novo correspondente para a África. Foi enviado um empregado concursado da Agência Brasil para Portugal e renovado o serviço de correspondência para a América Latina, a partir de Buenos Aires" (CONSELHO CURADOR, 2013, p. 39). Ou seja, segundo o documento, para a América Latina, a TV Brasil destina dois correspondentes internacionais, um na capital argentina e outro na Colômbia.

Em 2014, são mantidas as correspondentes Mônica Yanakiev, em Buenos Aires e Leandra Felipe em Bogotá. Segundo o Plano de Trabalho daquele ano, Mônica é uma "[...] experiente jornalista (...) que já morava em Buenos Aires e que assinou contrato com a EBC em 2011". Leandra, segundo o documento, é concursada e está na Colômbia desde janeiro de 2013. "[...] As duas são profissionais multimídia, com experiência em jornalismo impresso e *web*, televisão e rádio", complementa (CONSELHO CURADOR, 2014, p. 81).

Outras informações interessantes quanto à cobertura internacional da EBC, revela-nos o Plano de Trabalho de 2014. Segundo o texto, "[...] pela natureza das regras do serviço público, encontramos alguns obstáculos para dar agilidade, por exemplo, em viagens e na contratação de repórter cinematográfico local – o que é minimizado quando da contratação de prestador de serviço que vive na região ou tem contrato que preveja tais necessidades" (CONSELHO CURADOR, 2014, p. 80). Ou seja, a empresa, em algumas ocasiões se utiliza da prestação de serviço, provavelmente *freelancer*, de repórter internacional.

No Plano de Trabalho de 2015 da EBC consta que uma das diretrizes do jornalismo praticado pelos veículos geridos pela EBC é "[...] ampliar o número de jornalistas correspondentes em países da América Latina". (CONSELHO CURADOR, 2015, p. 27). No documento, há informações sobre a manutenção da jornalista Mônica Yanakiew, na Argentina, mas há também a informação de que a repórter Leandra Felipe foi enviada aos EUA. Não há menção quanto à permanência de outro repórter na Colômbia, assim, consideramos que o escritório internacional da EBC em Bogotá foi desligado.

Em entrevista concedida à autora deste trabalho na ocasião da pesquisa de Iniciação Científica[22], Leal Filho (apud GODOY, 2015) nos ofereceu algumas pistas sobre o jornalismo

[22] Com financiamento de um ano pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), a pesquisa de título "Uma mirada em dois projetos e concepções sul-americanas de TV pública digital: análise comparativa entre TV Brasil e Canal 7 Argentina" foi orientada pelo Prof.º Dr.º Antonio Francisco Magnoni, realizada durante o curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e

praticado pela TV Brasil. Ele critica o fato de ter começado muito atrelado ao que faziam as mídias comerciais, mas que com o tempo foi acertando. Também critica a falta de correspondentes para ter uma perspectiva própria da TV Brasil e a utilização de imagens de agências internacionais. Disse ele,

> [...] Isso [de imagens de agências usadas em reportagens] em relação ao noticiário internacional, sem dúvida. Faltam correspondentes para ter esse olhar próprio da TV Brasil no mundo. Não é que faltam correspondentes fora, faltam correspondentes dentro do Brasil. Buscar ter visão própria. O problema da TV Brasil é que se vale muito das emissoras estaduais públicas. E elas muitas vezes são muito controladas pelo governo do Estado. Então, é preciso que a TV Brasil tenha seu próprio correspondente. No Brasil e depois no exterior, pra dar essa visão própria, diferenciada do que fazem as televisões comerciais. (...) Infelizmente há várias gerações de jovens que ficaram velhos e que foram formados pelo modelo comercial, pelo padrão global. Quando são levados para a TV pública, tem essa referência, não tem outra. Então há outro problema adicional de tudo isso que é a formação de profissionais para a TV pública, que a nossa universidade infelizmente não oferece. (...) Não adianta ter correspondentes que vão fazer a matéria do mesmo jeito junto com os outros microfones, com o mesmo olhar, com as mesmas perguntas, os mesmos entrevistados (LEAL FILHO apud GODOY, 2015, p. 75).

Esse foi o contexto que se enquadrou a EBC e, especialmente a TV Brasil, nosso objeto de estudo, durante o período escolhido para a análise. Em artigo publicado em 2010, Bucci já previa que o caminho trilhado pela comunicação pública no Brasil seria "[...] tortuoso, traiçoeiro, e que [haveria] mais por fazer do que normalmente se admite" (BUCCI, 2010, p. 14). O que não significa que não estaríamos progredindo rumo à efetivação na prática desse tipo de comunicação.

Alguns motivos para o enfretamento de obstáculos estavam desenhados muito antes da criação da EBC e outros foram criando roupagem nos últimos anos. Vivemos, como já dissemos neste capítulo, um contexto de anacronismo regulatório da comunicação. Em outras palavras, isso significa que não estamos nem próximos de ter um contexto de equilíbrio midiático proposto pela Constituição de 1988.

A instabilidade conferida pela lei de criação da EBC, por exemplo, como a falta de autonomia da EBC, em termos de financiamento e gestão, descrita em diversas pesquisas ao longo dos anos não foi sanada. Bucci (2010), por exemplo, considera a gestão e o financiamento pilares básicos da comunicação pública. Além disso, vivenciamos claramente uma crise ética, econômica e política no Brasil.

Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp), campus de Bauru/SP. A pesquisa também deu origem ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da autora.

Esses entraves provocaram efeitos diretos na EBC e, consequentemente, na TV Brasil. Principalmente e aprofundada em 2016, com o controverso processo de *impeachment* que, primeiro, afastou por três meses a então presidente eleita Dilma Rousseff e posteriormente com a efetivação do processo no Senado Federal e entrada permanente do governo do então vice-presidente da República Michel Temer (PMDB).

Vários retrocessos aconteceram desde então. Com a Medida Provisória 744/2016, a espinha dorsal do caráter jurídico dessa empresa pública não-governamental, a EBC, foi colocada em xeque, prejudicando sua existência e regredindo em termos de possibilidades e conquistas já efetivadas. Aumentou-se ainda mais a possibilidade de ingerência governamental na empresa. O Conselho Curador foi extinto e o cargo de Diretor-presidente da EBC passou a poder ser substituído em qualquer tempo por orientação do Presidente da República, na pessoa do Ministro Chefe da Casa Civil.

Independentemente dos rumos tomados, tivemos uma experiência de pelo menos uma década de tentativa de efetivação dos ideais de comunicação pública pensados durante sua criação pelos setores progressistas da sociedade civil e pesquisadores, em consonância com a Constituição Federal e com as melhores práticas internacionais, que se tornou modelo e referência para pensarmos a comunicação pública nacional brasileira.

No capítulo seguinte, vamos abordar a metodologia e a análise do nosso objeto de estudo dentro do recorte proposto: as notícias do desfecho eleitoral presidencial na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela entre 2013 e 2014, produzidas e divulgadas pelo Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional.

5 Metodologia e Análise

5.1. Material e métodos

Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, documental e empírica, de caráter descritivo. Como técnica, optou-se pela Análise por Enquadramento (*framing*), uma vez que revela uma retórica implícita na construção da notícia, supostamente objetiva e imparcial, revelando-se uma "[...] abordagem apropriada para estudos de matérias jornalísticas" (SOARES, 2006, p. 2-13), apesar de não ser possível falar em campo teórico. É importante frisar de antemão que, embora a Análise de Enquadramento possa ser usada também para analisar a recepção, optamos por propor somente uma análise da produção noticiosa para esta pesquisa.

A Análise de Enquadramento surge no campo da Sociologia, nos EUA, pelo sociólogo Erving Goffman, com o texto *Frame Analysis* e é resgatada pelos estudos de Comunicação pela socióloga Gaye Tuchman, no livro *Making News* de 1978. De acordo com Soares (2006, p. 2) há uma variedade de concepções sobre o enfoque, que, de modo geral, trabalha com uma perspectiva "[...] sociocultural e política" do texto jornalístico, ao identificar "[...] as estratégias textuais e as representações (...) podendo estabelecer contrastes entre coberturas diferentes".

Gitlin (1980, p. 7; grifo no original; apud PORTO, 2004) no texto *The Whole World is Watching* sugere uma definição para o conceito, que compreende os enquadramentos da mídia como "[...] padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira". Para Entman (1991) seleção e saliência estão no cerne do enquadramento.

No que se refere a campanhas eleitorais, aliás, que engloba o tema de nossa amostra, "[...] enquadramento de conflito", no qual há uma ênfase no conflito, definição usada por Semetko e Valkenburg (2000), tem, como anota Soares (2006, p. 5), "[...] levado os meios a serem responsabilizados pelo cinismo público e à desconfiança dos líderes". Segundo Carragee e Roefs (2004 apud SOARES, 2006, p. 6) os enquadramentos conectam-se à hegemonia ideológica, à medida que expressam a distribuição do poder social e político.

Como explica Soares (2006), os acontecimentos são construídos de modo diferente por cada organização midiática. Ainda pontua que, em geral, a análise de enquadramento "[...] focaliza a cobertura de um evento específico (por exemplo, uma votação, uma greve, uma denúncia)" que precisa ser contextualizado.

No Brasil, Porto (2004) que se ateve a estudar a comunicação política e novos conceitos para o enquadramento, é uma de nossas principais referências para esta pesquisa. O autor explica que no país o conceito de enquadramento passa a obter a atenção de pesquisadores, especialmente, no que tange a coberturas jornalísticas eleitorais e de movimentos sociais, isto é, nos assuntos que envolvem mídia e política.

Assim como Soares (2006), Porto ainda esclarece que não há um conceito acabado para os enquadramentos midiáticos, entretanto pontua que, a partir dos estudos realizados, é possível identificar aspectos principais. Seguimos a sugestão de Porto (2004, p. 96) e integraremos "[...] uma análise de conteúdo quantitativa (...) [e] uma análise textual de cunho mais qualitativo".

Sobre a cobertura eleitoral, Porto foi autor de alguns trabalhos pesquisando enquadramentos no jornal Folha de S. Paulo[23] e no telejornal Jornal Nacional[24], também objeto de nosso estudo. Outros autores se detiveram na análise do *JN* sobre eleições presidenciais. Destaque para o trabalho pioneiro de Albuquerque[25], em 1994, sobre a disputa eleitoral entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Henrique Cardoso, além de Fabrício[26], em 1997, acerca da mesma eleição (PORTO, 2004). O autor também salienta o crescente uso do conceito de enquadramento por pesquisadores brasileiros sobre as eleições presidenciais de 1998.

A respeito de enquadramento e televisão, Porto (2004, p. 89) nos apresenta de maneira introdutória os estudos de Aldé[27], em 2004, sobre como "[...] os enquadramentos da televisão (...) oferecem explicações simplificadas e 'satisfatórias', transformando a televisão em um quadro de referência especialmente acessível ao cidadão comum", corroborando, assim, para a necessidade de mais estudos que englobem essa mídia, como o nosso.

Para procurar sistematizar o processo de análise e evitar lacunas, Porto (2004) explica ser necessário especificar os níveis de análise do conceito de enquadramento, o que não significa ser possível, e nem desejável, segundo o autor, construir uma única definição. Neste sentido, entre demais possiblidades sugeridas por outros pesquisadores, como ele aponta no

---

[23] Ver: PORTO, M. *Media framing and citizen competence: television and audiences: interpretations of politics in Brazil*. 2001a. Tese (Doutorado), University of California, San Diego.

[24] Ver: PORTO, M. A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo, *Cadernos do CEAM*, v. 2, n. 6, p. 11-32, 2001b.

[25] Ver: ALBUQUERQUE, A. de. A campanha presidencial no Jornal Nacional: observações preliminares. *Comunicacão & política*, v. 1, n. 1, p. 23-40, 1994.

[26] Ver: FABRÍCIO, G. B. O *Jornal Nacional da Rede Globo e a construção do cenário de representação da política - CRP*. 1997. Dissertação (Mestrado), Universidade de Brasília.

[27] Ver: ALDÉ, A. A *construção da política.* Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

texto, Porto propõe essa especificação em dois níveis: “enquadramentos noticiosos” e “enquadramentos interpretativos”. O que os diferencia é a fonte.

O primeiro se trata dos componentes que foram colocados no conteúdo noticioso pelos jornalistas. O último se refere às informações trazidas por outros atores sociais enquanto fonte da matéria. Porto considera a prática da utilização de fontes outras pelos jornalistas, a fim de corroborarem informações e pontos de vista próprios ou da organização midiática em que trabalham. Deste modo, os jornalistas “entrariam” também nos “enquadramentos interpretativos”; porém, como isso se dá de forma implícita, considera importante essa diferenciação. De acordo com Porto (2004, p. 91) “[...] esta distinção entre dois tipos principais de enquadramento é fundamental para evitar a confusão que tem caracterizado as aplicações do conceito”.

O recorte é análise da cobertura dos resultados eleitorais para presidente com as vitórias de Maurício Macri (Argentina), Evo Morales (Bolívia), Michele Bachelet (Chile) e Nicolás Maduro (Venezuela), entre 2013 e 2015. A amostragem contempla nove notícias, quatro exibidas pelo Repórter Brasil Noite e cinco pelo Jornal Nacional.

A escolha do recorte se deu pelo fato de o resultado eleitoral presidencial ser de interesse público e, por premissa, noticiável. Um governo eleito significa um projeto de governo para determinado país, logo mais uma importância. Além disso, escolhemos esses quatro países, como já dissemos, pelos laços que tem com o Brasil, seja vínculo social, político, econômico, seja cultural.

As edições completas do Jornal Nacional estão disponíveis no site *Globo Play*. Quanto as da TV Brasil, estão disponíveis no site do Repórter Brasil e canal no YouTube as edições do resultado eleitoral sobre a Argentina, Bolívia , Chile e Venezuela.

A seguir, discriminamos em duas tabelas as últimas eleições e a veiculação sobre o tema no Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional respectivamente.

5.2. Amostragem

Tabela 1 – Eleições presidenciais e edições noticiosas

Eleições à Presidência da República				
País	**Argentina**	**Bolívia**	**Chile**	**Venezuela**
Presidente	Maurício Macri	Evo Morales	Michele Bachelet	Nicolás Maduro

Data da eleição	22 nov. 2015	12 out. 2014	15 dez. 2013	15 abr. 2013
Dia da semana	Domingo	Domingo	Domingo	Segunda-feira
TV Brasil – Repórter Brasil Noite[28][29]				
Edição noticiosa	23 nov. 2015	13 out. 2014	16 dez. 2013	19 abr. 2013
Dia da semana	Segunda-feira	Segunda-feira	Segunda-feira	Sexta-feira
Retranca	Resultado eleitoral			
TV Globo – Jornal Nacional[30]				
Edição noticiosa	21-23 nov. 2015	13 out. 2014	14 dez. 2013	15 abr. 2013
Dia da semana	Sábado e segunda-feira	Segunda-feira	Sábado	Segunda-feira
Retranca	Pré-eleição / Presidente eleito - Mercosul contra Venezuela e dinâmica com Brasil	Pré-eleição - Boca de Urna – Vitória Evo	Pré-eleição	Resultado eleitoral

Fonte: elaborado pela autora, 10 abr. 2017

5.3. Forma de análise dos resultados

Utilizaremos como base de análise dos resultados o aprofundamento de nossa fundamentação teórica e da metodologia empregada. Nesta etapa interpretativa, Soares (2006, p. 13) esclarece que "[...] podem [ser sugeridas] inferências sobre prováveis intenções dos

[28] Argentina – Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/mauricio-macri-disse-que-vai-pedir-punicoes-do-mercosul-contra-a-venezuela>. Acesso em: 17 out. 2016.
Bolívia – Disponível em: http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/na-bolivia-presidente-evo-morales-consegue-terceiro-mandato-consecutivo. Acesso em: 17 out. 2016.
Chile – Disponível em: http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/dilma-rousseff-confirma-que-vai-a-posse-de-michele-bachelet-no-chile. Acesso em: 17 out. 2016.
Venezuela – Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xIEtLDnvUl4. Acesso em: 17 out. 2016.
[30] Argentina/Pré-eleição – Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/4625857/programa/>. Acesso em: 17 out. 2016.
Argentina/Pós-eleição - <https://globoplay.globo.com/v/4629294/programa/>. Acesso em: 17 out. 2016.
Bolívia – Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/3694696/>. Acesso em: 17 out. 2016.
(Obs.: Falam sobre a boca de urna, no dia seguinte não falam sobre a confirmação de vitória).
Chile – Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/3020222/>. Acesso em: 17 out. 2016.
(Obs.: Dia 15 foram as eleições, no dia 16 não houve nenhuma nota sobre a vitória de Bachelet. A única matéria no dia 16 sobre países hispano-americanos foi: PF descobre que uruguaios estão recebendo o Bolsa Família brasileiro).
Venezuela – Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2518745/>. Acesso em: 17 out. 2016.

emissores, principalmente, levando em conta o contexto em que as matérias foram produzidas e veiculadas ou sobre determinada influência das matérias examinadas sobre a audiência". Pondera, contudo, para que "[...] essas interpretações específicas não sejam feitas de forma categórica, somente a partir da análise das matérias jornalísticas".

Nesta fase, os resultados da etapa descritiva são confrontados com o problema de pesquisa e com a fundamentação teórica, "[...] visando à explicação ou à compreensão do enquadramento (...). A interpretação poderá, a partir da teoria, identificar, comparar e/ou contrastar as coberturas jornalísticas analisadas, revelando seus enquadramentos" (SOARES, 2006, p. 15). Optamos por identificá-las e contrastá-las, já que os suportes são semelhantes, mas os perfis distintos - uma é televisão pública e a outra privada - a fim de propor enquadramentos possíveis.

A diferença na quantidade de matérias da amostra (quatro para o Repórter Brasil Noite e cinco para o Jornal Nacional) não interfere na análise, uma vez que a pesquisa não tem intuito de comparação, mas sim de contrastar, compreender como cada telejornal conforma a produção e, nela, essa representação da identidade latino-americana.

Ademais, embora a quantidade e os países contemplados nas notícias sejam os mesmos, a diferença no número se dá pela variedade noticiosa quanto à cobertura do resultado eleitoral no JN: ou é divulgado o resultado eleitoral, ou o dia pré-eleitoral, ou o dia pós-eleitoral, ou ambos, ou seja, pré e pós-eleitoral, tendo em vista que, com exceção da Venezuela, cuja eleição aconteceu numa segunda-feira, as demais se sucederam em um domingo.

O dado é por si só relevante. Ao não noticiar o resultado eleitoral presidencial, o Jornal Nacional quebra com a sequencialidade e desdobramento da notícia de um fato importante de interesse público. Por outro lado, segundo nossa busca, o Repórter Brasil Noite divulga os resultados eleitorais de todos os países.

É importante frisar que não se trata de analisarmos como esses dois telejornais avaliaram o desfecho eleitoral no que diz respeito aos candidatos e suas propostas, senão de entender como determinado favorecimento ou desfavorecimento/negação, qualificação ou desqualificação a determinado candidato e até mesmo ao país que este representa conformaram a identidade latino-americana.

Ou seja, como o JN e o Repórter Brasil Noite influenciaram, nestas ocasiões, essa relação mútua entre alteridade e identidade, no caso, a latino-americana. Assim a eleição, em

si, é um meio para entendermos como se deu a representação da identidade latino-americana, que por premissa teórica afirmamos existir, na construção dessas notícias televisivas.

5.4. Categorias (pontos de análise) e caracterizações

Definida a amostragem, a etapa seguinte é a da observação e das técnicas de coleta. Neste quesito, Soares (2006, p.14) propõe a elaboração de categorias de análise. Conforme o autor, "[...] devem-se propor categorias que proporcionem maior 'rendimento' analítico, enfocando pontos que suscitam mais contrastes nos enquadramentos, que evidenciam mais as inclinações da publicação etc.".

> [...] Estabelecidas e explicitadas as categorias de análise, o pesquisador deve observar sistematicamente como cada uma delas é representada nos textos, títulos, legendas, destaques, identificando e fazendo uma relação dos substantivos, adjetivos, frases, metáforas e ironias, usados para referi-las, de modo a construir listas das expressões relativas a elas. (SOARES, 2006, p. 14-15).

A fase posterior, de análise descritiva, é a da "[...] caracterização geral das reportagens em análise (número de páginas dedicadas ao assunto escolhido, capas, área das fotos, tipos de fotos etc.), de modo a produzir uma visão de conjunto do material" (SOARES, 2006, p. 15). Segundo ele,

> [...] As observações pontuais realizadas na fase anterior, anotadas como listas de palavras, relativas às categorias de análise, são discriminadas e agrupadas,podendo ser dispostas como tabelas. Uma tabela simples poderia conter as colunas tricotomizadas, como, por exemplo, "a favor", "contra" e "neutro", muito usadas em análise de temas políticos e eleitorais. Outras categorizações podem ser imaginadas para distribuir o vocabulário das matérias examinadas, de modo a revelar formas diferentes de tratamento do assunto. Cada uma das tabelas deve ser lida e analisada descritivamente, resultando num texto, no qual se caracterizam as tendências, evidenciam orientações das matérias, de modo a ir revelando os enquadramentos noticiosos latentes nas matérias. Assim, o pesquisador vai produzir visões de conjunto das reportagens, segundo as categorias de análise propostas (SOARES, 2006, p. 15).

Embora a elaboração de categorias surja em uma etapa primeira, isto é, anterior à caracterização, segundo a explicação de Soares, há a possibilidade também de fazer o caminho inverso, ou seja, a caracterização para depois elaborar as categorias de análise. Não há um caminho único. Tudo dependerá do desdobramento teórico da pesquisa, bem como das preferências do autor.

É importante estabelecermos de antemão que todos aqueles elementos fortalecedores e favoráveis a determinados políticos, política e países na notícia desses telejornais brasileiros entendem ou almejam um Brasil similar, aproximando-os, gerando uma identificação. O oposto, ou seja, contrários e enfraquecedores entendem ou almejam um Brasil distinto, afastando-os, negando vínculos identitários. Também há uma possibilidade de neutralidade.

Mesmo que a análise seja feita da maneira mais homogênea possível, as categorias e caracterizações são escolhas do autor, feitas de maneira subjetiva a partir de uma análise preliminar e superficial da amostragem, como fizemos. A análise propriamente dita se baseia a partir de enquadramentos predominantes do material audiovisual selecionado. Levamos em conta que o audiovisual nos apresenta três matrizes que são analisadas em conjunto, devido à intersecção entre elas: visual, sonora e verbal.

A análise será descritiva e interpretativa e, apesar de também ser possível analisar o aspecto técnico e estético, não o faremos. A identidade latino-americana não será analisada como categoria, uma vez que não se trata de uma categoria para ser visualizada, mas sim construída.

A partir da análise preliminar, criamos duas grandes categorias, com o objetivo de auxiliar na análise dos dados obtidos. Ainda que um dos critérios de noticiabilidade do jornalismo seja a imparcialidade possível, a cobertura desses telejornais (delimitada em nossa amostragem) poderá tender a expressar uma narrativa dentre dois projetos político-sociais relacionados ao papel desempenhado pelo Estado e pelo Mercado, a partir do resultado da análise das subcategorias elaboradas. Essa tendência será analisada a partir dessas duas grandes categorias. A saber:

1ª categoria: **Política de Estado**

Entendemos por Política de Estado, neste contexto, a defesa do projeto de país pelo telejornal (Repórter Brasil Noite e/ou Jornal Nacional) que toma o Estado como garantidor e promotor do direito de todos, partindo do princípio da igualdade social. Elementos como pluralidade e diversidade, além de políticas públicas que visem à minoria majoritária, como vimos chamando nesta pesquisa, devem ser levados em conta.

As coberturas que se assemelham à Política de Estado estão mais próximas de oferecer uma representação de uma identidade latino-americana mais fortalecida e que incentive a diversidade e a integração da região, incluindo o Brasil.

2ª categoria: **Política de Mercado**

Entendemos por Política de Mercado, neste contexto, a defesa do projeto de país pelo telejornal (Repórter Brasil Noite e/ou Jornal Nacional) que toma o Mercado econômico como base para se pensar a nação, transformando direitos em serviços comercializáveis e ampliando cada vez mais o abismo entre ricos e pobres. Elementos como livre iniciativa, serviço, além de políticas públicas que visem à maioria minoritária, como igualmente vimos chamando nesta pesquisa, devem ser considerados.

As coberturas que se assemelham à Política de Mercado estão mais próximas de oferecer uma representação da identidade latino-americana voltada a uma minoria social com capital político e econômico, desfavorecendo o imaginário de uma identidade latino-americana fortalecida, autônoma e independente, promovendo a desintegração da região.

Dentro dessas duas grandes categorias, elaboramos outras dez subcategorias, que vão detalhar a análise. São elas:

A. Característica da imagem

- Enquadramento da imagem (plano fechado ou aberto? Qual o enfoque da imagem?)
- Concordância ou discordância do texto não-verbal com o verbal (a imagem justifica ou desqualifica a fala?)
- O sentido passado pela imagem (reforço ou desconstrução de estereótipo, favorável ou desfavorável ao candidato eleito e não eleito?)

B. Gancho da notícia

- Notícia se justifica pelo interesse público. Interesse público neste caso: dia pré-eleitoral ou resultado eleitoral presidencial nesses quatro países. (o gancho da notícia está em concordância ou discordância com o interesse público? Qual o gancho em cada uma dessas notícias?)

C. Entonação

- O sentido passado pela entonação (Reforço do gancho? Ironia? Se ironia, qual a intenção da ironia? Elementos destacados como positivos e negativos?)
- Palavras, expressões e frases entonadas serão grifadas nos roteiros das notícias analisadas.

D. Tempo

- Tempo destinado à notícia.
- Tempo sobre a pré-eleição/ resultado eleitoral na notícia.
- Tempo sobre assuntos diretamente relacionados à vitória do candidato e o plano de governo.
- Tempo sobre assuntos indiretamente relacionados à vitória do candidato e o plano de governo.
- Outro: tempo destinado à chamada ao repórter, ao comentarista, que é usada para dar coesão ao telejornal e que não tem a ver com o conteúdo da notícia.

E. Posicionamento do discurso

- Favorável ao candidato eleito? Ao candidato não eleito?
- Desfavorável ao candidato eleito? Ao candidato não eleito?
- Não é possível inferir?
- Equilibrado/imparcial?

F. Comentário/Opinião

- Opinião (Há ou não opinião? Declaradamente separada da informação? Opinião é divulgada como informação? Quais elementos demonstram a opinião?)

G. Terminologias

- Os termos que se destacam para construir o discurso (favorável ou desfavorável ao gancho? Ao candidato eleito? Ao candidato não eleito?)

H. Local da fala jornalística

- Detentores das imagens (Agências? Própria emissora?)
- Repórteres são correspondentes ou enviados especiais? (Quem é?)
- Repórteres falam de que país? (É o mesmo país do acontecimento reportado?)
- À medida que não há uma preocupação na autoria do conteúdo e opta-se por imagens de agências, o veículo que as reproduz está de acordo com o viés que elas oferecem.
- Quais as pistas dadas quanto à intenção da preocupação e da despreocupação em mandar ou não correspondente ou enviado especial para determinado país?

I. Equilíbrio/Imparcialidade

- Não é o mesmo que posicionamento do discurso, uma vez que se trata de compreender a tendência da notícia como um todo, o que inclui o posicionamento do discurso.
- Descredenciamento ou reforço da eleição?
- Até que ponto a mídia incorpora o anseio da sociedade, ou seja, está de acordo com o interesse público que seria saber sobre a eleição de forma equilibrada/imparcial?

J. Legitimidade e identificação da fonte

- A fonte utilizada é de importância para o gancho da matéria? (e para o resultado eleitoral?)
- A fonte utilizada é identificada?
- As fontes utilizadas estão em equilíbrio?

Podem haver outras categorias, mas essas aqui descritas e caracterizadas foram as escolhidas pela autora da pesquisa baseadas na análise prévia dos materiais. É importante aclarar que consideramos uma análise "equilibrada" quando privilegia ambos os lados e "neutra" quando não privilegia nenhum deles.

5.5. Um breve perfil dos candidatos à Presidência

Descreveremos um breve perfil dos candidatos à Presidência da República na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela entre 2013 e 2015. O segundo turno da eleição presidencial na Argentina em 2015 teve dois candidatos: Daniel Scioli e Maurício Macri. Do Partido Justicialista, Daniel Scioli é político, esportista e empresário argentino. Foi vice-presidente da Argentina no governo de Nestor Kirchner entre 2003 e 2007. Também foi governador da província de Buenos Aires entre 2007 e 2015. Candidato da situação à Presidência da República Argentina, mas perdeu a eleição para Maurício Macri (PERFIL..., 2015a). De centro-direita, o candidato conservador Maurício Macri foi eleito nas eleições de 2015. O candidato foi prefeito da Cidade Autônoma de Buenos Aires (PERFIL..., 2015b).

Na Bolívia, o segundo turno das eleições de 2014 à Presidência do país foi disputada por Evo Morales e Samuel Doria Medina. Eleito pela primeira vez para Presidente da República da Bolívia em 2005, Evo Morales, da etnia indígena Aimara, foi o primeiro presidente indígena do país. Declaradamente socialista, atuou como líder do sindicato de plantadores de coca. "Na eleição, ele prometeu governar em favor da maioria indígena da

Bolívia, que havia sofrido séculos de marginalização e discriminação" (PERFIL..., 2016, web).

Representante de uma coalizão de centro-direita e empresário, Samuel Doria Medina disputara até aquela eleição pela terceira vez com Evo Morales. O candidato é dono de uma rede de supermercados e da maior fábrica de cimentos da Bolívia. Do partido opositor Unidade Nacional (UD), Samuel Doria Medina perdeu as eleições de 2014 para Evo Morales (EMPRESÁRIO..., 2014, web).

No Chile, as eleições à Presidência da República de 2013 foram disputadas por Michelle Bachelet e Evelyn Matthei. A candidata eleita Michelle Bachelet, já havia sido presidente do país entre 2006 e 2009. Foi a primeira mulher latino-americana a comandar um Ministério da Defesa em 2002. A socialista Michelle Bachelet estudou medicina em Berlim durante o exílio, antes disso foi torturada durante a ditadura de Augusto Pinochet, que governou o país entre 1973 e 1986. Seu primeiro mandato foi marcado por manifestações dos chamados "Pingüinos", estudantes secundaristas que pediam por Educação pública, gratuita e de qualidade. No Chile, as Universidades públicas até antes do segundo governo de Bachelet eram pagas. (PERFIL..., 2006, web).

Representante da direita, Evelyn Matthei foi ex-ministra de Sebastián Piñera, presidente cujo mandato antecedeu as eleições no Chile em 2013. Filha de general da ditadura chilena, Evelyn Matthei foi a primeira mulher a disputar uma candidatura da direita no Chile. "Um dos elementos que potencializa Matthei como candidata, segundo seus próprios companheiros de coalizão, é o fato de ela ser uma das líderes menos conservadoras da direita chilena", diz o portal de notícias Opera Mundi (FARINELLI, 2013, web).

Na Venezuela, as eleições para presidente do país foram disputadas por Nicolás Maduro e Henrique Capriles. O candidato eleito, Nicolás Maduro, tornou-se vice-presidente de Hugo Chávez quando da sua reeleição à Presidência da Venezuela. Atuou como ministro das Relações Exteriores. Foi também líder sindical e presidente da Assembleia Nacional (VEJA..., 2012, web).

Por outro lado, o candidato não eleito Henrique Capriles foi governador do Estado de Miranda, o segundo mais populoso do país, além de já ter sido eleito como deputado e prefeito da cidade de Baruta, um dos municípios que formam Caracas. Adepto da Política de Mercado, Henrique Capriles vem de uma família proprietária de cinco cinemas no país, além de meios de comunicação e imobiliárias (ORÉ, 2013, web).

5.6. Análise parcial

Para responder ao problema de pesquisa “de que forma a notícia é construída e, nela, representada a identidade latino-americana nos telejornais Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional da TV Brasil e TV Globo respectivamente?” faremos a seguir uma análise descritiva e interpretativa cruzada com cada uma das notícias da mesma emissora, com as notícias do mesmo país e com o resultado da análise das notícias de cada uma das emissoras, a partir de elementos que divergem e convergem.

A. Característica da imagem

A.1. Repórter Brasil Noite

A.1.1. Argentina

A maioria dos planos é médio ou fechado. A maior parte do tempo da matéria é enfocada na figura do presidente eleito, Maurício Macri, alternando para a passagem da repórter em frente à sede do governo, a Casa Rosada, e no economista entrevistado. Ao final da matéria, o cientista político, Emir Sader, comentarista do programa, é questionado sobre o projeto de governo de Macri. Continua plano médio. O que chamou a atenção: a falta de variabilidade de imagens. A imagem pode até justificar o texto verbal, uma vez que enfoca no presidente eleito, porém não qualifica e nem desqualifica a fala. Portanto, a imagem nem reforça ou desconstrói estereótipos, nem é favorável ou desfavorável aos candidatos eleito e não eleito, é considerada neutra. Isso pode ser comprovado com o Anexo I.

A.1.2. Bolívia

Há uma variabilidade de planos e imagens. Mas ainda assim, na maioria das imagens, aparece o presidente eleito Evo Morales, o que é esperado, uma vez que é uma reportagem sobre o resultado eleitoral presidencial de um país. O texto corrobora com a imagem, tanto quando aparece o presidente, como com capas de jornais, a aceitação popular e quando aparece a imagem de uma usina de petróleo e fala sobre a sua estatização. A imagem da comemoração favorável e o destaque para um eleitor favorável a Evo Morales chama a atenção ao reforçar a vitória do candidato. Há mais uma vez o plano médio do comentarista político, Emir Sader. O que chama ainda a atenção, e que corrobora com o referencial teórico, é a passagem da repórter feita de um lugar qualquer de Buenos Aires para falar sobre o

resultado eleitoral na Bolívia. No geral, as imagens são favoráveis ao candidato eleito, Evo Morales. Isso pode ser comprovado com o Anexo II.

A.1.3. Chile

Há quatro tipos de imagens predominantes: da própria presidente eleita, Michelle Bachelet, de chilenos andando pelas ruas, das capas e leitores com jornais falando sobre o resultado e da comemoração dos favoráveis. Os dois últimos tipos de imagem reforçam o texto. A passagem da repórter mais uma vez é feita de um lugar desconhecido em Buenos Aires. Não há, pelo menos no que é exibido na internet, o comentário de Emir Sader. No geral, as imagens reforçam e são favoráveis à vitória de Michelle Bachelet. Isso pode ser comprado com o Anexo III

A.1.4. Venezuela

Os enquadramentos são variáveis. As imagens estão em concordância com o texto verbal, justificando a fala. Há planos fechados de capas de jornais divulgando a vitória apertada. As imagens dão um tom crítico à matéria, nem positivo e nem negativo. Neste sentido, apresenta em planos abertos eleitores favoráveis a Nicolás Maduro, comemorando, e também barricadas e protestos violentos nas ruas de Caracas. Nicolás Maduro aparece em algumas imagens, assim como o candidato derrotado, Henrique Capriles. A repórter Leandra Felipe faz a passagem direto da coletiva de imprensa sobre a vitória de Nicolás Maduro na capital venezuelana. O sentido passado pela imagem é predominantemente equilibrado, com exceção da presença de um eleitor favorável a Maduro e da generalização da oposição em concordância com as imagens do protesto violento. Isso pode ser comprovado com o Anexo IV.

A.2. Jornal Nacional

A.2.1. Argentina

A.2.1.1. Pré-eleição

Os enquadramentos das imagens são variados. Os enfoques da imagem versam para a figura dos candidatos, Maurício Macri e Daniel Scioli. As imagens claramente desqualificam Daniel Scioli e favorecem Maurício Macri, o candidato vencedor. A imagem justifica a fala, tanto com relação à Macri, como a Scioli. Sobre o primeiro, a predominância de imagens que

mostrem painéis e cartazes apresentáveis, ou seja, não rasurados, do candidato, embora apareçam alguns pichados. Sobre o segundo, a predominância de imagens que mostrem painéis e cartazes rasurados do candidato, reforçando um estereótipo com relação ao que o candidato defende e apresenta como proposta de governo. Quando a repórter fala sobre Scioli, o discurso desqualifica a imagem. Na passagem da repórter, em Buenos Aires, é possível ver cartazes com Maurício Macri pichados e com Daniel Scioli pichados e rasgados. A repórter caminha por um corredor de cartazes e termina a passagem, detendo-se, nos cartazes de Daniel Scioli. O sentido passado pela imagem é o de reforço e favoritismo a Maurício Macri. Isso pode ser comprovado com o Anexo V.

A.2.1.2. Pós-eleição

Há a predominância de enquadramentos variáveis. O candidato eleito aparece em muitos momentos nas imagens. As imagens falam predominantemente sobre o candidato eleito. As imagens justificam a fala e vice-versa. A vitória dele é reiterada pelas imagens, como as das capas de jornais argentinos e do próprio presidente. Chama atenção a necessidade de mostrar o prédio onde Maurício Macri, o presidente eleito, vive logo de início. Igualmente, chama atenção a busca por imagens que demonstrem concordância com Maurício Macri, como a que aparece ao fundo "[...] *Gracias, ahora más juntos que nunca*". As imagens reforçam a vitória de Maurício Macri e são favoráveis ao candidato eleito. Isso pode ser comprovado com o Anexo VI.

A.2.2. Bolívia

Os enquadramentos das imagens são variados. As imagens enfocam a figura do possível presidente eleito (que em 12 dias se confirmou), Evo Morales, também, a comemoração popular, algumas capas de jornais e alguns feitos de mandatos anteriores presidenciais do candidato, como a estatização do petróleo, gás, mineração e telecomunicação. A fala desqualifica as imagens, ou seja, há discordância do texto não verbal com o verbal. Por exemplo: imagens de comemoração acompanhadas pelo *off*[31] "[...] antes mesmo dos resultados oficiais, o presidente boliviano se declarou vitorioso". Um *frame* que se destaca e que a fala justifica a imagem é sobre a pobreza, diz o *off*: "[...] o país ainda é um dos mais pobres da região". A repórter Delis Ortiz grava a passagem em um lugar qualquer de Buenos Aires. Ainda que haja imagens de comemoração favoráveis ao candidato, uma vez

[31] Termo técnico para se referir à narração que ilustra a imagem.

que há uma desqualificação pelo discurso, as imagens são colocadas em xeque. O sentido delas passa a ser desfavorável ao candidato vencedor e, portanto, favorável ao candidato opositor. Isso pode ser comprovado com o Anexo VII.

A.2.3. Chile

Os enquadramentos são variados. As imagens não explicam a fala, mas também não desqualificam. Predomina a imagem da candidata, que venceria posteriormente as eleições, Michelle Bachelet, em comparação com Evelyn Matthei. No entanto, é dado um espaço praticamente igual para as duas na notícia. Ambas aparecem apoiadas por chilenos. Michelle Bachellet é recebida por crianças e cumprimenta eleitores com beijo no rosto e Evelyn Matthei é acompanhada por populares e é presenteada com uma flor. A repórter Delis Ortiz faz a passagem direto de Santiago, Chile, de um lugar qualquer em frente ao rio que corta a cidade. As imagens passam um clima de harmonia, como as que já mencionamos e as candidatas se cumprimentando. A predominância das imagens é equilibrada. Isso pode ser comprovado com o Anexo VIII.

A.2.4. Venezuela

Os enquadramentos são variados. As imagens justificam a fala e vice-versa. Nicolás Maduro, o candidato eleito, aparece nas imagens, assim como a notícia nos jornais venezuelanos confirmam sua vitória. Chama à atenção a utilização de imagens da Casa Branca para deslegitimar as eleições venezuelanas. Há o predomínio de imagens relacionadas ao dia da eleição, seções eleitorais, filas. Há a presença da imagem do candidato opositor e derrotado, Henrique Capriles. Existe também um enfoque às imagens contrárias ao resultado da votação. Há uma generalização dos protestos dos apoiadores da oposição, resumidos em um protesto violento evidenciado nas imagens. A passagem da repórter é feita em frente ao Conselho Eleitoral na capital venezuelana. As imagens reforçam o sentido de contrariedade ao candidato eleito, Nicolás Maduro e favorável ao candidato opositor. Isso pode ser comprovado com o Anexo IX.

B. Gancho da notícia

B.1. Repórter Brasil Noite

B.1.1. Argentina

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral presidencial na Argentina, está em concordância, portanto, com o interesse público. Porém, versa também sobre os planos do governo e as primeiras medidas que devem ser tomadas pelo presidente argentino, predominando o tema da economia e política de mercado nacional e internacional. O gancho, em si, é neutro, portanto equilibrado, com uma tendência ao favorecimento do candidato eleito, Maurício Macri, pouco contestado na matéria.

B.1.2. Bolívia

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral presidencial na Bolívia, está em concordância, portanto, com o interesse público. Porém, discorre também sobre os planos do governo atual e as medidas adotadas no mandato anterior às eleições, predominantemente sobre Política de Estado. O gancho, em si, é neutro, com uma tendência ao favorecimento do candidato eleito, Evo Morales.

B.1.3. Chile

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral presidencial no Chile, está em concordância, portanto, com o interesse público. Porém, discorre também sobre os planos do governo atual e as medidas adotadas em seu último mandato como presidente chilena, predominantemente sobre Política de Estado, além de falar sobre o candidato Sebastián Piñera, ex-presidente e opositor, mesmo partido da candidata derrotada Evelyn Matthei. O gancho, em si, é neutro, com uma tendência ao favorecimento da candidata eleita, Michelle Bachelet.

B.1.4. Venezuela

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral presidencial na Venezuela, está em concordância, portanto, com o interesse público. Diferentemente das matérias sobre os outros países, não se toca no assunto do plano de governo de Nicolás Maduro, porém tem destaque a contestação e os protestos quanto ao resultado eleitoral. Predominantemente, a reportagem, no que diz respeito ao gancho, é neutra, nem favorece nem desfavorece candidato eleito e não eleito.

B.2. Jornal Nacional

B.2.1. Argentina

B.2.1.1. Pré-eleição

A notícia traz como gancho o dia da pré-eleição presidencial na Argentina, está em concordância, portanto, com o interesse público. Há também referência às necessidades de mudanças e críticas ao governo anterior, o assunto predominante é a economia, a crise econômica. Assim, trata de Política de mercado. Como o candidato governista, Daniel Scioli significa a continuação do governo vigente, o gancho da notícia favorece o candidato que no dia seguinte ganharia a eleição, Maurício Macri.

B.2.1.2. Pós-eleição

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral presidencial na Argentina, portanto, em concordância com o interesse público. Trata também sobre economia e política interna e externa. Assim, discute Política de Mercado. O presidente e seu plano de governo não são contestados, embora haja algumas ponderações quanto a vitória apertada de Maurício Macri.

B.2.2. Bolívia

A notícia traz como gancho o resultado da eleição à presidência na Bolívia, segundo pesquisas de boca de urna, portanto, em concordância com o interesse público. Tratou-se de temas relacionados à economia, mas de uma maneira ponderada e realista, oferecendo dados quanto às condições atuais da Bolívia e, ao mesmo tempo, afirmando os progressos que o governo boliviano teve com os governos de Evo Morales. O gancho é neutro, a predominância do assunto principal é favorável a Evo Morales.

B.2.3. Chile

A notícia traz como gancho a pré-eleição à presidência no Chile, portanto, em concordância com o interesse público. A questão territorial entrou em pauta também, como impasse a ser resolvido pelo governo vencedor, independentemente qual fosse. A matéria é ponderada e o gancho não favorece ou desfavorece nenhuma das candidatas à eleição, portanto é neutra.

B.2.4. Venezuela

A notícia traz como gancho o resultado eleitoral na Venezuela, portanto, em concordância com o interesse público. No entanto, o que predomina na notícia é o espaço dado à oposição sobre a contestação da eleição, ora na sonora, ora no *off* e ora na locução do

âncora do telejornal. O gancho é neutro, mas o que predomina no assunto principal é favorável à oposição que perdeu a eleição e desfavorável ao candidato eleito, Nicolás Maduro.

C. Entonação

C.1. Repórter Brasil Noite

C.1.1. Argentina

Quadro 1 – Entonação: Argentina no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na primeira entrevista como **presidente eleito da Argentina**, Maurício Macri **disse que vai pedir punições do Mercosul contra a Venezuela**. Macri também afirmou que o Brasil é um **sócio** para o futuro. A correspondente Mônica Yanakiew traz as informações.
OFF	A festa durou até a **madrugada**. Maurício Macri quase não dormiu. Hoje ele convocou os jornalistas e anunciou dois compromissos internacionais. Sua primeira visita oficial será ao Brasil, país que chamou de **principal sócio para o futuro**. No dia 21 de dezembro, Macri participará da reunião do Mercosul, **bloco regional integrado por Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Venezuela**. Ele prometeu invocar a **cláusula democrática** para pedir **sanções** contra o governo **venezuelano** pela prisão de políticos da **oposição**.
SONORA	Tenho a melhor expectativa em relação à minha primeira cúpula do Mercosul, mas isso não me impede de invocar a **cláusula democrática** contra o governo venezuelano, pelo abuso que está cometendo pela **perseguição de opositores**, **da liberdade de expressão**, disse Macri.
OFF	Macri, o primeiro presidente eleito da Argentina no segundo turno. **Ele promete ter melhores relações com o mundo que o atual governo**.
SONORA	A presidenta Dilma vai se entender **melhor comigo do que com Cristina**

	Kirchner, disse.
PASSAGEM	O **novo governo** assume no dia **10 de dezembro** com o desafio de corrigir os **desequilíbrios da economia que não cresce há quatro anos**. Entre os problemas estão **a inflação anual de dois dígitos e os limites da compra de dólares** que a presidente Cristina impôs para impedir a saída de divisas do país.
OFF	O economista Fausto Estopormo disse que a Argentina precisa liberar o câmbio rapidamente para **recuperar a competitividade** que perdeu quando o Brasil e Venezuela desvalorizaram suas moedas.
SONORA	Não temos outra opção porque o Banco Central está sem reservas e precisa **atrair investimentos**, disse.
OFF	Mas Espotormo admite que uma política brusca cambial **pode aumentar a inflação que ultrapassou 25% ao ano**. Na entrevista, **Macri não declarou que medidas econômicas tomará, nem quando**. Amanhã ele se reúne com **Cristina Kirchner** para **negociar a transição**, que na Argentina dura **apenas** 17 dias.
-comentário-VIVO	Vamos conversar com Emir Sader que está no Rio de Janeiro. Emir, boa noite. **Por que o Macri venceu na Argentina**?
Emir Sader	Boa noite. Houve um **desgaste** do governo, basta dizer que a Cristina Kirchner foi eleita em 2011 com 54% dos votos. **Agora, houve um desgaste**, provavelmente tenha a ver com a inflação, **25%**, diminuindo os efeitos das políticas sociais. **Além do mais**, houve uma **ruptura** do governo com a principal central sindical, dificultando mais ainda o controle da inflação. Por outro lado, o Daniel Scioli não foi um bom governador, tanto assim acaba **perdendo** sua sucessão, por uma candidata vinculada ao Macri. Não foi uma bom candidato como desempenho. E o Macri soube polarizar a ideia, depois do primeiro turno, de 64% dos votos tinham sido **contra o governo**, **pela**

	ruptura, **pela mudança**, como disse o próprio movimento dele, Cambiemos. Enquanto Scioli representava a continuidade. Situação muito incômoda, que se **manteve** ao longo do segundo turno e levou à vitória da oposição. Emir, quais os **impactos no Mercosul**, ele já deu até entrevista falando que vai pedir punições contra a Venezuela, o que pode vir mais pela frente? **Vão ser impactos grandes**, porque seja o Mercosul, seja a Unasul, se assentavam nas excelentes relações entre o Brasil e a Argentina. Nestor Krichner e Lula, Cristina Kirchner e Dilma, agora vai haver aí mais uma questão **muito incômoda** que é essa solicitação de sanção para a Venezuela, que vai gerar uma divisão interna, vai gerar um conflito e, certamente, vai **contaminar** a primeira reunião. Então **se desfaz** uma aliança **muito estreita** entre Brasil e Argentina, havia um consenso em **quase tudo** e agora vai entrar um tema que vai certamente como eu disse **polarizar a reunião e polarizar negativamente**. Emir Sader, muito obrigado e uma boa noite.

Fonte: elaborado pela autora, 25 jun. 2018.

Destacam-se, na entonação, verbos, adjetivos e substantivos, tanto na notícia como no comentário que complementa a notícia. A entonação na notícia é predominantemente positiva ao candidato vencedor e, portanto, favoráveis ao presidente eleito Maurício Macri. A entonação reforça elementos favoráveis ao projeto de governo do candidato vencedor e desfavorece o candidato não eleito. O conteúdo entonado reforça o gancho da notícia, que é o resultado eleitoral presidencial na Argentina. O comentário, porém, é ponderado na entonação da resposta à primeira pergunta do âncora e desfavorável ao candidato eleito na resposta à segunda pergunta, contrapondo a entonação da própria notícia. No todo, uma vez que na notícia um lado é abordado e no comentário outro, a entonação do conteúdo da notícia somada ao comentário é equilibrada.

C.1.2. Bolívia

Quadro 2 – Entonação: Bolívia no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na Bolívia o presidente Evo Morales **reafirmou** a posição **anti-imperialista** e defendeu o papel do **Estado** na economia. Foi a primeira entrevista dele depois da **vitória** nas eleições de ontem. Morales conseguiu o **terceiro** mandato consecutivo. Veja na reportagem da nossa correspondente Mônica Yanakiew
OFF	A notícia já era esperada
SONORA	¡*Evo otra vez*!
OFF	Evo Morales primeiro presidente indígena da Bolívia foi eleito **mais uma vez**. Um feito em um país com uma **longa história de instabilidade econômica e política**.
SONORA	A Bolívia está **progredindo** e ocupando um lugar **internacionalmente**.
OFF	É uma opinião compartilhada por **muitos** bolivianos ricos e organismos internacionais que Evo Morales **tanto** criticou. Ele ganhou **até** em Santa Cruz, o estado rico que há cinco anos queria se **separar** do resto do país. Na primeira entrevista coletiva depois da vitória, Evo Morales manteve o **mesmo** discurso anti-imperialista de 2005, quando foi eleito **presidente** pela primeira vez.
SONORA	Dizem que quero ser como o presidente Hugo Chávez da Venezuela. Podem dizer o que querem, a verdade é que cada país é um país, mas o que muito de nós temos em comum é que somos anti-imperialistas.
OFF	Evo Morales chegou ao poder nacionalizando o **petróleo**, o **gás**, os **minérios** para investir em **planos sociais** e **infraestrutura**. Ele conseguiu reduzir a **pobreza** e a **desigualdade** sem perder o controle da **inflação** e dos **gastos**

	públicos, uma **política** que acabou sendo elogiada pelo **Fundo Monetário Internacional** e, **apesar da crise mundial, a Bolívia continua crescendo**.
PASSAGEM	Segundo a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe, a Cepal, a Bolívia é o país da América do Sul **que mais vai crescer em 2014**, **mais que o dobro da média regional**.
OFF	Para Evo foi uma vitória do **socialismo** sobre as políticas **neoliberais**. Nos próximos cinco anos ele quer investir na **industrialização do país**.
SONORA	Nosso objetivo, não queremos mais depender da produção de matérias-primas. Temos ambições e queremos produzir bens industriais e conhecimento.
OFF	A Bolívia tem uma reserva mundial de lítio. Muitas empresas **manifestaram interesse** pelo minério usado em pilhas e baterias. **Mas Evo Morales disse que a exploração e industrialização do lítio serão feitas pelos bolivianos** e que também prometeu desenvolver **energia nuclear na Bolívia para fins pacíficos**.
-comentário-VIVO	Eu converso com Emir Sader que está no Rio de Janeiro. Emir, boa noite. Emir, na entrevista de hoje Evo Morales defendeu um socialismo **pragmático** o que isso significa nos dias de hoje.
Emir Sader	Boa noite. Bom, ele tem uma **política fortemente anti-neoliberal**. À medida que o capitalismo hoje assumiu o modelo neoliberal ele é anticapitalista e tem uma **dinâmica socialista**, **especialmente** um elemento muito forte do socialismo que é a **presença do Estado na economia**, controlando os recursos naturais que são fundamentais e estratégicos para o país. **Pragmático** porque tem uma visão de **convivência com o mercado privado**. No caso específico da Bolívia com **os produtores de soja, de Santa Cruz de la Sierra** que, como se diz na reportagem, chegaram até a reivindicar **autonomia** em relação ao governo central de La Paz. **Hoje, estão integrados, após o Evo Morales** e, ele triunfou nas eleições **também** em Santa Cruz de la Sierra. **Então, uma**

	forte presença estatal e uma convivência com o mercado privado e controle das contas públicas. Emir, algumas pessoas chamam o presidente boliviano de **populista**. Existe alguma diferença entre populismo e popular? Explica isso melhor, por favor. **Que ele é popular, nenhuma dúvida**. Único presidente boliviano eleito **três vezes seguidas** no primeiro turno, com maioria absoluta. Agora, **faz políticas sociais de atendimento às comunidades indígenas**. **Setores mais fragilizados da população, crianças, idosos**. **Populista é quem quer desqualificar isso, que não gosta de política social procura desqualificar isso**. **Popular certamente ele é**. Populista depende do **significado** que se dê a isso. Se for **desqualificador**, não tem sentido, ele é **popular**. Bem, a Bolívia acaba de escolher o presidente e o **Brasil** está escolhendo o seu ou a sua, nesse segundo turno, daqui 15 dias. O que **pode** mudar na relação entre os dois países? Bom, **se for eleita a Dilma**, será a continuidade da política de **boa vizinhança**, de **relações harmônicas** que o Lula vem introduzindo desde 2003. **Se a oposição ganhar com Aécio Neves certamente será uma relação conflitiva**. Muito diferente da que existe. **Agora, não apenas com a Bolívia, mas com outros países vizinhos também**, **ou da região**, **Venezuela, Equador, com a Argentina, com o Uruguai**. Então, **mudará** a inserção internacional do Brasil, baixando o perfil da relação com o Mercosul, estabelecendo acordo de livre comércio com **outras** regiões do mundo. Mudaria **muito** se a oposição ganhar. **Se ganhar a Dilma**, haverá continuidade, com a Bolívia e com os países que eu mencionei também.

Fonte: elaborado pela autora, 25 jun. 2018.

Destacam-se, na entonação, verbos, adjetivos, advérbios e substantivos, tanto na notícia como no comentário que complementa a notícia, predominantemente positivos e, portanto, favoráveis ao presidente eleito Evo Morales. A entonação reforça o projeto de governo do candidato vencedor, anterior e posterior ao resultado eleitoral. O conteúdo

entonado reforça o gancho da notícia, que é o resultado eleitoral presidencial na Bolívia. A entonação do comentário reforça a notícia dada. Portanto, é favorável a Evo Morales.

C.1.3. Chile

Quadro 3 – Entonação: Chile no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	E a presidente Dilma Rousseff deu os **parabéns** a Michelle Bachelet pela vitória no **segundo turno** das eleições no Chile. A brasileira confirmou **que vai** à posse em março do ano que vem. Bachelet teve **62% dos votos** na eleição deste domingo. A presidente eleita disse a Dilma Rousseff que pretende trabalhar em estreita parceria com o Brasil, quando assumir a presidência do Chile.
OFF	Um dia depois da vitória nas urnas, Michelle Bachelet recebeu o presidente do Chile, Sebastián Piñera, e a primeira dama na casa dela **para um café da manhã**. **No domingo, Bachelet derrotou a candidata governista Evelyn Matthei** e foi **mais uma vez** eleita para governar **o Chile**. **Bachelet esteve à frente do país entre 2006 e 2010**. No Chile, o presidente não pode concorrer a **dois mandatos consecutivos**. O primeiro mandato de Bachelet encerrou um ciclo de **vinte anos de governo de centro-esquerda**. Ela foi sucedida pelo empresário Sebastián Piñera, eleito por uma **aliança de partidos de centro-direita**. Em março, Bachelet vai receber a **faixa presidencial** das mãos dele. Os chilenos que já tem **estabilidade política e econômica**, agora querem reformas sociais **mais profundas.**
SONORA	Bachelet vai poder fazer coisas que não fez da outra vez e corrigir **erros**, acredita essa eleitora.
SONORA	Não votei em Bachelet nem em Matthei, quero uma verdadeira renovação no país e acho que devemos dar aos jovens mais oportunidades, disse esse chileno.
OFF	Uma conta pendente é a reforma da **educação**, os estudantes paralisaram o

	país em **2011** e **2012,** exigindo educação **gratuita** e de **qualidade** para todos. **No Chile, todas as universidades são pagas.** Bachelet prometeu mudar o sistema **educacional** e **reformar a Constituição**, herdada ainda da ditadura.
SONORA	Essa vitória **não é pessoal**, é o resultado das vozes dos chilenos que saíram às ruas para exigir reformas com **coragem**, que nos fizeram ter mais ambições para o futuro do país, disse Bachelet.
PASSAGEM	**Apesar da esmagadora vitória e de ter conquistado a maioria no Congresso**, Michelle Bachelet vai precisar negociar **com a oposição** para cumprir as **promessas de campanha**. **As reformas de peso**, só são possíveis com **60% dos votos** e para mudar a **Constituição** ela vai precisar do **apoio de 2/3 dos legisladores**.

Fonte: elaborado pela autora, 26 jun. 2018.

Destacam-se, na entonação da notícia, verbos, adjetivos e substantivos, predominantemente positivos e, portanto, favoráveis à presidente eleita Michelle Bachelet. A entonação reforça o projeto de governo do candidato vencedor, além de seu mandato anterior. O conteúdo entonado reforça o gancho da notícia, que é o resultado eleitoral presidencial no Chile. Não há comentário. Portanto, é favorável à Michelle Bachelet.

C.1.4. Venezuela

Quadro 4 – Entonação: Venezuela no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na Venezuela, a Justiça eleitoral **proclamou** hoje a **vitória de Nicolás Maduro na eleição presidencial e negou o pedido de recontagem de votos**. **A oposição e os governistas** convocaram manifestações.
OFF	Os jornais venezuelanos destacaram a vitória **apertada** de Nicolás Maduro sob o oposicionista Henrique Capriles nas eleições de domingo. O candidato de Hugo Chávez ganhou com menos de 235 mil votos de diferença.
SONORA	Seo Venancio votou em Maduro, mas explica que isso aconteceu porque a **desvalorização do Bolívar**, **frente ao dólar**, foi um **golpe** para os pobres, o

	que diminuiu a vantagem que ele tinha no começo da campanha.
OFF	Mas se os eleitores justificam o cenário, a oposição reclamava. **Capriles se negou a reconhecer os resultados e convidou o povo a protestar**, fazendo um **panelaço** hoje. Uma marcha aos conselhos federais e regionais amanhã **e à sede do governo de Caracas** na quarta-feira.
PASSAGEM	Apesar das resistências da oposição, Nicolás Maduro foi proclamado presidente eleito pelo Conselho Nacional Eleitoral. A data da cerimônia de juramentação também será mantida e deve ser realizada na próxima sexta-feira.
OFF	**Enquanto Maduro era proclamado, o povo comemorava do lado de fora**. **Para eles**, ele é o novo presidente. Em alguns pontos de Caracas, houve confronto entre a polícia e manifestantes que pediam a recontagem dos votos.
Nota simples VIVO	O governo dos Estados Unidos e a Organização dos Estados Americanos, a OEA, pediram a **recontagem** dos votos na Venezuela. A União de Nações Sul-americanas, a Unasul e o Mercado Comum do Sul, o Mercosul, pediram **respeito** ao resultado das urnas, ou seja, a vitória de Nicolás Maduro. O governo brasileiro considerou **encerrado** o processo eleitoral na Venezuela e entende que ele foi **válido, democrático e transparente**.

Fonte: elaborado pela autora, 26 jun. 2010.

Destacam-se, na entonação da notícia, verbos, adjetivos e substantivos, predominantemente negativos e, portanto, contrários ao presidente eleito Nicolás Maduro. A entonação contesta o governo eleito, enfatizando elementos defendidos pela oposição. O conteúdo entonado não reforça o gancho da notícia, reforçando sim a contraposição por parte da oposição. Não há comentário.

C.2. Jornal Nacional

C.2.1. Argentina

C.2.1.1. Pré-eleição

Quadro 5 – Entonação: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional

CABEÇA	**32 milhões de eleitores escolhem amanhã o novo presidente da Argentina**. É a eleição **mais** disputada da **história** do país.
OFF	**Há poucas horas da eleição, o suspense permanece**. Há um **favorito**, mas **não uma certeza**. O prefeito da capital de Buenos Aires chega com **vantagem** segundo pesquisas. Diferença de **11 pontos** sob o candidato **oficial** o governador da província de **Buenos Aires**, **Daniel Scioli**. **Mas a conta fica pendurada** na **mão** dos eleitores **indecisos**, algo em torno de **8%** e também na lista de frequência. A distribuição de **urnas começou cedo**, feita pelos **correios**. A ordem era **entregar, conferir e lacrar as zonas eleitorais**. **É a primeira vez que os argentinos decidem a eleição presidencial em segundo turno**.
PASSAGEM	**Foi uma campanha do tudo ou nada**. O opositor **Maurício Macri** se apresentou como uma **alternativa** ao estilo de **concentração de poder, aversão ao diálogo e populismo**, **característicos** do governo de **Cristina Kirchner**. O governista, **Daniel Scioli** é a **continuidade das políticas sociais**. **Ele alega** que com a **vitória do adversário**, os mais pobres poderiam **perder** os benefícios adquiridos nos últimos anos.
OFF	**Tiroteios políticos à parte**, o que realmente preocupa o eleitor por aqui é a **crise econômica**. Mas seja **quem for o eleito no domingo**, **haverá mudança**. O analista político Rosendo Fraga explica:
SONORA	Depois de doze anos e meio de Kirchnerismo **deve vir um novo modelo**. Os argentinos estão **otimistas**, **não entusiasmados**, mas **creem** que as coisas **vão melhorar**.

Fonte: elaborado pela autora, 27 jun. 2018.

Destacam-se, na entonação da notícia, verbos, adjetivos, advérbios e substantivos. São positivos quando se referem a Maurício Macri e negativos, principalmente em termos de adjetivos referentes ao candidato governista Daniel Scioli. A entonação reforça e favorece o

candidato que viria a ser eleito, Maurício Macri. O conteúdo entonado reforça o gancho da notícia, mas favorece um dos candidatos.

C.2.1.2. Pós-eleição

Quadro 6 – Entonação: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional

CABEÇA	O presidente eleito da **Argentina**, Maurício **Macri**, **quer ações do Mercosul contra a Venezuela**. E prometeu uma relação **mais dinâmica** com o Brasil.
OFF	Uma bandeira argentina apareceu pendurada na sacada. É aí que mora Maurício Macri. **56 anos, atual prefeito de Buenos Aires** e quem vai governar a Argentina pelos próximos **quatro anos**. O resultado **histórico** das urnas esgotou as **edições** dos jornais.
SONORA	Abri cedinho e as pessoas compraram **tudo**, conta Vitória, a dona da banca.
OFF	Na primeira entrevista, o **homem** que **pôs fim** aos **12 anos da era Kirchner**, disse que precisa se **inteirar** da real situação **econômica** do **país**.
SONORA	Quando soubermos **como** estão as contas públicas, eu vou dizer pra vocês qual é a real situação.
OFF	A transição será **curta**. Daqui **17 dias** Macri tomará posse. Até lá ele pretende **definir** sua equipe, já adiantou que não haverá um Ministério de Economia e sim um **super gabinete econômico** com seis ministros: **Fazenda e Finanças, Trabalho, Energia, Produção, Transporte, Agricultura**. O candidato do **governo**, Daniel **Scioli**, prometeu **respeitar a decisão popular**.
PASSAGEM	Uma vitória **apertada** com menos de três pontos percentuais de **diferença**, mostra um **país dividido**, uma clara mensagem de que os argentinos **querem mudança, mas moderada**. A prometida **reforma do modelo econômico** deverá ser **gradual**. Mas o presidente eleito **já sinalizou** que **inaugurará,**

OFF	**imediatamente, um novo estilo de governo e uma nova política externa**. **Macri** quer **reativar** a boa relação com o **mundo**, especialmente os **vizinhos** da região, mas sinalizou **mudanças**. Disse que na próxima reunião do **Mercosul em dezembro** vai propor que se aplique a **cláusula democrática com sanções à Venezuela**, que segundo ele vem cometendo **abusos** contra **as liberdades e perseguição aos opositores**. **Na prática**, se aprovado, o país governado pelo presidente Nicolás Maduro seria temporariamente **suspenso do bloco**. **A presidente Dilma Rousseff cumprimentou Macri por telefone** e ouviu dele que sua primeira visita oficial será ao **Brasil**, com pretende estabelecer uma **relação econômica dinâmica e com menos travas comerciais**.

Fonte: elaborado pela autora, 27 jun. 2018.

Destacam-se na entonação da notícia, verbos, adjetivos, advérbios e substantivos. São positivos quando se referem a Maurício Macri e negativos, quando se referem à Venezuela. Por um lado, a entonação ultrapassa os limites do gancho e passa a se referir às medidas que seriam pedidas contra a Venezuela. A entonação reforça e favorece o candidato eleito, Maurício Macri. Com a entonação, passa-se a sensação de a notícia ter se tornado uma coluna opinativa, porque são enfatizados muitos adjetivos, na fala do candidato eleito e da repórter.

C.2.2. Bolívia

Quadro 7 – Entonação: Bolívia no Jornal Nacional

CABEÇA	Pesquisas de boca de urna indicam que o presidente da Bolívia, Evo Morales, foi **reeleito** pro **terceiro** mandato.
OFF	Antes mesmo dos resultados oficiais, o presidente boliviano se declarou **vitorioso** e disse que o **resultado** das urnas é o triunfo de todos que lutam contra o **imperialismo**. Evo Morales dedicou a vitória ao ex-presidente de Cuba, Fidel **Castro**, e ao venezuelano Hugo **Chávez**, que morreu no ano passado. Por causa de um problema **técnico**, **só 3% das urnas** foram apuradas. A justiça eleitoral disse que o resultado final sai em **12 dias**.

	Pesquisas de boca de urna **afirmam que o partido de Morales**, **rumo ao socialismo**, conquistou mais de **60% dos votos**, contra 25% do segundo colocado, o empresário do cimento, Samuel Dória Medina. Evo Morales foi **eleito** para o **terceiro** mandato. Há nove anos no poder ele nacionalizou o **gás, o petróleo, mineração e telecomunicações** e investiu em **planos sociais**, baixando a pobreza em **15 pontos percentuais**. O país ainda é um dos **mais pobres** da região, mas foi o que mais cresceu na **América Latina**, **5,2%** este ano.
PASSAGEM	**Esmagada nas urnas, a oposição reconheceu a derrota**. **Mas acusa** Evo Morales de **usar o poder** para **controlar a imprensa, a justiça e violar a Constituição**. E **tudo indica** que o partido do presidente **socialista seguirá dominando o Congresso**, com **2/3 governistas**.

Fonte: elaborado pela autora, 27 jun. 2018.

Destacam-se a entonação em verbos, substantivos e adjetivos. São, em geral, negativos com relação à reeleição do presidente Evo Morales, desfavorecendo-o. Com a entonação, principalmente na passagem da repórter, tem-se se a impressão de a notícia haver se tornado uma coluna de opinião, com tom de acusação, ainda que a repórter coloque as adjetivações na fala da oposição. A entonação está em desacordo com o gancho da notícia. São enfatizadas palavras que dizem respeito ao governo anterior, à Bolívia e a política externa.

C.2.3. Chile

Quadro 8 – Entonação: Chile no Jornal Nacional

CABEÇA	Amanhã os chilenos voltarão às urnas para decidir **quem será** a mulher que vai governar o país nos próximos **quatro anos**.
OFF	**Nem parece** que o Chile está a **poucas horas** da eleição presidencial. A **campanha** do **segundo turno** não empolgou os **eleitores**. E como o voto **não é obrigatório por aqui**, a expectativa é a de que a **participação dos chilenos** será ainda **menor** do que na primeira votação em **novembro**, quando só **metade do eleitorado** compareceu às **urnas**. Michelle **Bachelet já foi presidente** entre **2006** e **2010** e **representa** os partidos de esquerda.

	Evelyn **Matthei**, **candidata do presidente Piñera**, era a **esperança** de permanência da **direita** no **poder**, mas Bachelet **quase ganhou** no primeiro turno. As pesquisas indicam que essa **diferença** pode ser **ainda maior**, dependendo do comparecimento dos eleitores.
PASSAGEM	Há uma questão que **já está obrigatoriamente na pauta da que for eleita**. É a **disputa pelos limites marítimos** entre **Chile** e **Peru**. O país vizinho reclamou na Corte Internacional de **Haia** a soberania sobre **quase 38 mil quilômetros** no Oceano **Pacífico**. A decisão deve sair no **início** do ano que vem.

Fonte: elaborado pela autora, 28 jun. 2018.

Destacam-se advérbios, adjetivos e substantivos na entonação da notícia. O sentido passado está em concordância com o gancho, que é a pré-eleição à presidência do Chile. A entonação reforça o contexto pré-eleição. Os elementos em destaque, no geral, são neutros com relação a ambas as candidatas. Desta forma, a tendência da entonação é neutra.

C.2.4. Venezuela

Quadro 9 – Entonação: Venezuela no Jornal Nacional

CABEÇA	Aqui na América **do Sul**, **apesar de protestos da oposição**, o **Conselho Eleitoral da Venezuela** proclamou Nicolás Maduro como presidente **eleito** do país. O candidato adversário Henrique Capriles denunciou **fraudes**, pediu a **recontagem** dos votos. Os enviados especiais a **Caracas**, Delis Ortiz e Rafael Sobrinho, têm as informações.
OFF	A **praça** onde a **oposição** costuma **se reunir** amanheceu **tranquila**, depois de um domingo de apuração **tensa**. A vitória foi **apertada**, uma diferença de **pouco mais de 1,5 pontos percentuais**, **235 mil votos**. Em outubro do ano **passado**, **Chávez** havia vencido com uma vantagem **bem maior**: **um milhão e seiscentos mil votos**. A **oposição** denunciou **fraude** em várias seções **eleitorais**. E exigiu uma **nova** apuração dos votos. Henrique Capriles disse que a Venezuela tinha um presidente **ilegítimo**.

SONORA	Pueblo versus un **gobierno ilegítimo**.
PASSAGEM	Enquanto a oposição reclamava a **recontagem** dos votos, o porta-voz do governo, Ministro das Comunicações, Ernesto Vilhegas, convocava a militância chavista para o ato de **proclamação** de Nicolás Maduro **como presidente eleito da Venezuela**. **E a concentração foi aqui: em frente ao Conselho Nacional Eleitoral**.
OFF	Os Estados Unidos disseram que a auditoria das eleições presidenciais **venezuelanas** seria **importante** e **necessária**. **Para o Brasil, a eleição na Venezuela é uma vitória da democracia**.
SONORA	Felicito o presidente Maduro pela sua **vitória**. Aqui, reafirmamos a disposição de seguirmos trabalhando muito estreitamente com o governo venezuelano.
SONORA	**Como presidente de la República Bolivariana de Venezuela**...
OFF	**E Maduro** foi proclamado presidente **eleito** da Venezuela.
SONORA	Eu sou filho de **Chávez**, o primeiro presidente **eleito** depois de Hugo **Chávez**, disse ele.
OFF	Apesar do **anúncio** do **Conselho Eleitoral**, manifestantes fizeram **protesto contra o resultado** e houve **confrontos com a polícia**.
--NOTA SIMPLES—VIVO	A presidente Dilma Rousseff telefonou hoje à tarde para **felicitar** o presidente eleito Nicolás Maduro. Disse que ficou **satisfeita** com o clima de **normalidade em** que transcorreu a votação no domingo. Em resposta, segundo a assessoria de imprensa do Planalto, Maduro disse que a disputa **acirrada** demonstrou a **vitalidade das instituições** e da **democracia venezuelana**.

Fonte: elaborado pela autora, 28 jun. 2018.

Destacam-se a entonação principalmente de adjetivos, substantivos e advérbios. No corpo da notícia, a entonação é feita num sentido de reforçar, reafirmar os elementos destacados que desfavorecem o candidato eleito, Nicolás Maduro e favorecem a oposição. A entonação não destaca o gancho e sim a "[...] ilegitimidade", como eles colocam, da eleição na Venezuela. A nota simples que vem para complementar a notícia divulgada, lida pelo âncora do telejornal reforça na entonação principalmente adjetivos, lidos de forma a ironizar o texto, no caso, a fala da então presidente brasileira Dilma Rousseff sobre o resultado das eleições na Venezuela.

D. Tempo

D.1. Repórter Brasil Noite

D.1.1. Argentina

Tabela 2 – Tempo: Argentina no Repórter Brasil Noite

Tempo		Total
Integral	4'32"	4'32"
Pré-eleição/ vitória eleitoral	4" + 5"	9"
Assuntos diretamente relacionados	25" + 13" + 1'05" + 1'03"	2'46"
Assuntos indiretamente relacionados	10" + 5" + 16" + 46"	1'17"
Outros	24"	24"

Fonte: elaborado pela autora, 29 jun. 2018.

A notícia somada à entrevista ao cientista político fixo do Repórter Brasil Noite, Emir Sader, teve quatro minutos e trinta e dois segundos. Predominaram-se assuntos diretamente relacionados ao resultado eleitoral e ao plano de governo, mais da metade do tempo total (dois minutos e quarenta e seis segundos). Em seguida, predominaram-se assuntos indiretamente relacionados ao resultado eleitoral, pouco mais de um quarto do tempo total da notícia (um minuto e dezessete segundos). No outros se enquadram chamadas ao repórter, ao comentarista, tem a ver com a dinâmica par apresentação da notícia, foi quase três vezes a mais (vinte e quatro segundos) do tempo destinado ao resultado eleitoral, de apenas nove segundos. O tempo sobre o projeto do governo favorece a vitória do candidato eleito, Maurício Macri. Quanto ao indiretamente citado, desfavorece o governo venezuelano.

D.1.2. Bolívia

Tabela 3 – Tempo: Bolívia no Repórter Brasil Noite

Tempo		Total
Integral	5’03”	5’03”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	3” + 15”	18”
Assuntos diretamente relacionados	12” + 10” + 23” + 20” + 11” + 56”	2’12
Assuntos indiretamente relacionados	5” + 3” + 21” + 12” + 7” + 35” + 37”	2’
Outros	5”	33”

Fonte: elaborado pela autora, 29 jun. 2018.

A notícia somada à entrevista ao vivo do cientista político, Emir Sader, teve cinco minutos e três segundos. Os assuntos diretamente e indiretamente relacionados tiveram espaço de tempo praticamente igual e um reforçou o outro, favorecendo o candidato. O resultado eleitoral teve apenas dezoito segundos. “Outros”, que não está diretamente relacionado à notícia e sim à coesão do telejornal, teve trinta e três segundos aproximadamente. Os assuntos indiretamente relacionados têm a ver com características do governo, dados do governo anterior que reforçam o favoritismo ao candidato eleito, além de política externa. Logo, o tempo destinado ao candidato eleito lhe é favorável. O tempo privilegia Evo Morales.

D.1.3. Chile

Tabela 4 – Tempo: Chile no Repórter Brasil Noite

Tempo		Total
Integral	2’38”	2’38”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	5” + 3” + 9” + 3” + 16” + 21”	57”
Assuntos diretamente relacionados	10” + 8” + 6” + 28”	52”
Assuntos indiretamente relacionados	22” + 10” + 6”	38”
Outros	11”	11”

Fonte: elaborado pela autora, 29 jun. 2018.

Não há comentário após esta notícia. A notícia tem um total de dois minutos e trinta e oito segundos. A maior parte da notícia é focada nos assuntos do resultado eleitoral e os diretamente relacionados, somando um minuto e quarenta e nove segundos. O tempo maior dedicado dentro da matéria é para o resultado eleitoral (cinquenta e sete segundos). Em seguida, os assuntos diretamente relacionados, que versam ao plano de governo da candidata, com cinquenta e dois segundos. Por fim, os assuntos indiretamente relacionados, que enfocam a última gestão da candidata como presidente e também do que deixará o cargo, com trinta e oito segundos. O tempo destinado à candidata lhe favorece, ainda que dentro dos trinta e oito segundos a referência à oposição tenha ganhado espaço. Sendo assim, o tempo é favorável à Michelle Bachelet.

D.1.4. Venezuela

Tabela 5 – Tempo: Venezuela no Repórter Brasil Noite

Tempo		Total
Integral	2’13”	2’13”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	7” + 9” + 5” + 12”	28”
Assuntos diretamente relacionados	18” + 8”	26”
Assuntos indiretamente relacionados	7” + 22” + 8” + 27”	1’04”
Outros	15”	15”

Fonte: elaborado pela autora, 29 jun. 2018.

Não há comentário após esta notícia. A notícia tem um total de dois minutos e treze segundos. A maior parte do tempo é dedicada a assuntos que tangenciam o resultado eleitoral, a maior parte do tempo fala sobre a não aceitação do resultado eleitoral pela oposição e protestos, além de posições como a do governo estadunidense e do governo brasileiro sobre a validade ou não do resultado eleitoral presidencial na Venezuela. Esses assuntos indiretamente relacionados ocuparam um minuto e quatro segundos, praticamente a metade da notícia. O tempo dedicado ao resultado eleitoral em si foi de vinte e oito segundos. Assuntos diretamente relacionados não deram conta do plano de governo do candidato eleito, senão da comemoração de eleitores favoráveis ao governo vencedor nas urnas e posicionamentos de eleitores a favor do candidato eleito. O tempo dedicado ao resultado eleitoral somado ao tempo correspondente a assuntos diretamente relacionados com o resultado, portanto enquadramentos que favorecem o candidato tiveram cinquenta e quatro segundos. O tempo

favorece o candidato não eleito nas eleições, portanto desfavorável ao candidato eleito, Nicolás Maduro.

D.2. Jornal Nacional

D.2.1. Argentina

D.2.1.1. Pré-eleição

Tabela 6 – Tempo: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional

Tempo		Total
Integral	1’54”	1’54”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	9” + 45”	54”
Assuntos diretamente relacionados	16”	16”
Assuntos indiretamente relacionados	14” + 28”	42”
Outros	2”	2”

Fonte: elaborado pela autora, 30 jun. 2018.

A notícia entre cabeça e notícia tem um minuto e cinquenta e quatro segundos. Praticamente 1/3 do tempo é destinado ao tema central que é a pré-eleição na Argentina. Depois, a maior parte do tempo não versa sobre assuntos diretamente relacionados aos candidatos (dezesseis segundos), como o plano de governo, senão sobre os fracassos do governo de Cristina Kirchner e a crise econômica no país (quarente e dois segundos). O tempo gasto com “outros”, que são segundos sem fala, por exemplo, é de dois segundos. O tempo favorece o candidato Maurício Macri à medida que praticamente um terço dele é usado para adjetivar negativamente o governo de Cristina Kirchner, cujo candidato Daniel Scioli seria a continuidade, além de tocar no assunto de Cristina Kirchner, desgastando o nome de Daniel Scioli. O tempo é a favor do candidato Maurício Macri que venceria as eleições depois.

D.2.1.2. Pós-eleição

Tabela 7 – Tempo: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional

Tempo		Total
Integral	2’31”	2’31”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	17” + 4” + 6” + 10”	37”

Assuntos diretamente relacionados	4” + 15” + 14” + 14” + 15”	1’02”
Assuntos indiretamente relacionados	5” + 5” + 21”	31”
Outros	21”	21”

Fonte: elaborado pela autora, 30 jun. 2018.

A notícia tem um tempo total de dois minutos e trinta e um segundos. Os assuntos diretamente relacionados é o que toma a maior parte do tempo da reportagem, pouco menos da metade do tempo total (um minuto e dois segundos). O tempo onde é falado sobre o resultado eleitoral representa trinta e sete segundos. Por fim, o tempo dedicado a assuntos indiretamente relacionados, que também tem um peso considerável, representando um quinto do tempo integral. Esses assuntos versam sobre o pedido por Macri ao Mercosul de sansão à Venezuela. O tempo na notícia e o tempo total são favoráveis ao candidato eleito.

D.2.2. Bolívia

Tabela 8 – Tempo: Bolívia no Jornal Nacional

Tempo		Total
Integral	1’29”	1’29”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	50”	50”
Assuntos diretamente relacionados	9”	9”
Assuntos indiretamente relacionados	19” + 9”	28”
Outros	2”	2”

Fonte: elaborado pela autora, 30 jun. 2018.

O tempo integral da notícia foi de um minuto e vinte e nove segundos. A maior parte do tempo, mais da metade do tempo total a notícia versou sobre o tema principal resultado da pesquisa de boca de urna indicava a vitória de Evo Morales à Presidência da República da Bolívia. No entanto, e o que chama a atenção, é que assuntos indiretamente relacionados ocupou o segundo lugar, com vinte e oito segundos, o triplo do tempo dedicado a assuntos diretamente relacionados com ao resultado. Os assuntos indiretamente relacionados discorreram sobre dois temas: os feitos do governo anterior e a crítica da oposição com qualificadores negativos com relação a Evo Morales. Os cinquenta minutos sobre o resultado eleitoral é basicamente neutro, nem favorecendo e nem desfavorecendo algum candidato. No entanto, o tempo dedicado a críticas ao governo diretas ou veladas, ainda que na fala da oposição, faz com que a matéria tenha uma tendência ao favorecimento da oposição.

D.2.3. Chile

Tabela 9 – Tempo: Chile no Jornal Nacional

Tempo		Total
Integral	1’16”	1’16”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	7”	7”
Assuntos diretamente relacionados	2” + 17”	19”
Assuntos indiretamente relacionados	21” + 5” + 21”	47”
Outros	3”	3”

Fonte: elaborado pela autora, 30 jun. 2018.

O tempo integral da notícia é de um minuto e dezesseis segundos. O tempo dedicado ao assunto principal é bem reduzido, sete segundos. Embora o que fosse de esperar seja que os assuntos diretamente relacionados com a pré-eleição representassem a maior parte do tempo, os assuntos indiretamente relacionados são os que detêm isso (quarenta e sete segundos contra dezenove segundos). Os assuntos indiretamente relacionados versaram sobre três temas: a não obrigatoriedade de votar no Chile, o mandato anterior de Michelle Bachelet, além da soberania e limites marítimos do país. O tempo na matéria não favorece e nem desfavorece nenhuma candidata. Assim, o tempo na notícia é neutro.

D.2.4. Venezuela

Tabela 10 – Tempo: Venezuela no Jornal Nacional

Tempo		Total
Integral	2’29”	2’29”
Pré-eleição/ resultado eleitoral	5” + 10” + 14” + 31” + 21”	1’21”
Assuntos diretamente relacionados	0	0
Assuntos indiretamente relacionados	3” + 4” + 4” + 24” + 8” + 10”	53”
Outros	15”	15”

Fonte: elaborado pela autora, 30 jun. 2018.

O tempo integral da notícia foi de dois minutos e vinte e nove segundos. A maior parte do tempo foi dedicada à vitória eleitoral do candidato Nicolás Maduro, mas o que poderia ser encarado como um favoritismo ao candidato é contestado pelo tempo que é dedicado aos

assuntos direta e indiretamente relacionados. O tempo é nulo quanto a assuntos diretamente relacionados ao resultado, como projetos de governo e promessas de campanha. Os assuntos indiretamente relacionados representam cinquenta e três segundos do total e é o tempo todo intercalado com o assunto do resultado eleitoral. Esses assuntos giram em torno: da crítica da oposição à vitória de Maduro, o pedido da Casa Branca para recontagem dos votos, protestos violentos contra o resultado eleitoral e comparações à Hugo Chávez desmerecendo o candidato sucesso e eleito Nicolás Maduro. Assim, os assuntos indiretamente relacionados questionam o resultado eleitoral no tempo de dedicado a ele; além disso, o tempo dedicado à vitória eleitoral é carregado de ironias. Logo, o tempo desfavorece o candidato eleito Nicolás Maduro e favorece a oposição.

E. Posicionamento do discurso

E.1. Repórter Brasil Noite

E.1.1. Argentina

O discurso da notícia é a favor do presidente eleito Maurício Macri. Alguns elementos nos dão essa pista sobre o discurso: crítica ao governo anterior com a informação de que a Argentina não cresce há quatro anos e inflação alta. E o discurso vende a ideia de que Macri dará um jeito, principalmente na Economia. Por outro lado, o discurso do comentário a partir da entrevista dos âncoras contesta a notícia, apresentando-se como um contraponto à matéria, alguns elementos: ruptura com central sindical de empregados, crítica ao pedido de punição à Venezuela, possível divisão no Mercosul. Sendo assim, como o discurso pesa para os dois lados, podemos dizer que no todo, notícia somada ao comentário, o discurso é equilibrado.

E.1.2. Bolívia

O discurso é a favor do presidente eleito Evo Morales. Alguns elementos nos oferecem pistas sobre o discurso: quando se fala em Economia, soma-se o papel do Estado, além de defender o discurso do progresso nacional e internacionalmente nos últimos mandatos do governo de Morales. Discurso da nacionalização, do investimento em planos sociais. E só é ratificado pelo comentário de Emir Sader logo após a veiculação da notícia.

E.1.3. Chile

O discurso é a favor da presidente eleita Michelle Bachelet. Alguns elementos nos dão algumas pistas sobre o discurso: a ideia de fortalecimento e união com o Brasil com a chegada do novo governo; abertura ao diálogo, isso fica claro quando mostra Bachellet recebendo o então presidente e partidário da candidata que não foi eleita, Sebastián Piñera; atendimento aos anseios da população como a representante da figura da promessa de reformas sociais mais profundas, como a mudança do sistema educacional, de um sistema pago para um gratuito, além da reforma da Constituição, que ainda é herança da ditadura.

E.1.4. Venezuela

O discurso versa sobre o lado favorável ao presidente eleito Nicolás Maduro e também sobre o lado desfavorável a ele, portanto é equilibrado. Alguns elementos que reforçam isso: o discurso trabalha tanto os favoráveis a Maduro, como os desfavoráveis na figura da oposição e sua militância. O discurso fala da comemoração de eleitores favoráveis a Maduro, como protestos e discursos da oposição. Também traz o posicionamento da Casa Branca e da Organização dos Estados Americanos (OEA) contrários à posse, uma vez que pedem a recontagem dos votos, além da opinião favorável à posse da União de Nações Sul-americanas (Unasul) e do Mercado Comum do Sul (Mercosul), pedindo respeito pelo resultado das urnas, também traz o posicionamento do governo brasileiro, favorável ao resultado eleitoral na Venezuela.

E.2. Jornal Nacional

E.2.1. Argentina

E.2.1.1. Pré-eleição

O discurso é favorável ao candidato que viria a ser eleito Maurício Macri. Alguns elementos que demonstram o posicionamento do discurso: logo de início é dito que “[...] há um favorito, mas não uma certeza” e depois fica ainda mais claro quando coloca o candidato Macri como “[...] alternativa ao estilo de concentração de poder, aversão ao diálogo e populismo característicos do governo de Cristina Kirchner”, ou seja, qualificadores negativos ao governo vigente e ao candidato que representa a continuidade desse modelo de governo que, no caso, é o candidato oficial Daniel Scioli. Além disso, a crítica segue ao governo Kirchnerista, portanto, também ao candidato oficial, quando se fala na crise econômica pela

qual passa a Argentina, ainda que fora dito que haveria mudanças qual fosse o resultado eleitoral.

E.2.1.2. Pós-eleição

O discurso é favorável ao presidente eleito Maurício Macri. Vários elementos podem comprovar o posicionamento do discurso: a relação dinâmica que Macri pretende desenvolver com o Brasil, o pedido de Macri por ações do Mercosul contra a Venezuela, o enfoque dado da matéria à economia, além disso, mostra que o candidato representa a mudança a partir de falas, como por exemplo: "[...] Macri inaugurará imediatamente um novo estilo de governo". A única menção ao candidato não eleito é a de que este prometeu respeitar o resultado das urnas.

E.2.2. Bolívia

O discurso é desfavorável ao presidente eleito Evo Morales. Alguns elementos dão conta do posicionamento do discurso: "[...] Morales disse que o resultado das urnas é o triunfo de todos que lutam contra o imperialismo", "[...] Evo Morales dedicou a vitória ao ex-presidente de Cuba, Fidel Castro, e ao venezuelano, Hugo Chávez", "[...] A oposição acusa Evo Morales de usar o poder para controlar a imprensa, a Justiça e violar a Constituição". A despeito disso, também há alguns elementos favoráveis no discurso: com seu governo, houve diminuição da pobreza, é um dos países mais pobres da região, mas o que mais cresceu. Ainda assim, a predominânica no discurso é desfavorável ao candidato.

E.2.3. Chile

O discurso trabalha os dois lados, da candidata eleita Michelle Bachelet e da não eleita Evelyn Matthei, trata-se de uma matéria cujo discurso é bastante equilibrado. Há espaço para ambas as candidatas, sem ironias e sem contestações no geral. Há um leve favoritismo à candidata Evelyn Matthei, isso fica evidente quando é dito que Bachellet "já" havia governado o Chile, que gera um sentido ambíguo, 'positivo', se entendido sobre ter experiência e 'negativo' se entendido sobre não ter aproveitado a oportunidade de fazer o que teria que ser feito; "[...] Matthei era a 'esperança' da manutenção da direita no poder, 'mas' Bachelet quase ganhou no primeiro turno". Ainda assim, a predominância na notícia é de um discurso equilibrado.

E.2.4. Venezuela

O discurso é contrário ao presidente eleito Nicolás Maduro e favorável à oposição derrotada nas urnas, na figura do candidato Henrique Capriles. O discurso é carregado de ironias e contestação quando se fala do presidente eleito e ratificações quando diz respeito ao candidato não eleito. Há alguns elementos que comprovam isso: "[...] 'apesar' de protestos da oposição, o Conselho Nacional Eleitoral declarou Maduro como presidente eleito da Venezuela"; "[...] a oposição denunciou fraude, exigiu a recontagem dos votos"; a fala de Herique Capriles traduzida e colocada em espanhol nos seguintes dizeres: "[...] a Venezuela tem um governo ilegítimo"; O discurso de peso estadunidense contrário à posse de Maduro reiterando a oposição ao dizer que a auditoria dos votos seria importante e necessária; o ministro das Relações Exteriores e a própria presidente Dilma são citados como favoráveis à Maduro, até mesmo num tom de crítica ao governo brasileiro e seus representantes; protestos de manifestantes contrários à Maduro; após trazer os questionamentos quanto à posse, no *off* é narrado: "[...] 'e' Maduro foi proclamado presidente eleito da Venezuela", esse "[...] e", no contexto que se insere, significa "[...] ainda assim"; a ironia no discurso fica clara também quando o apresentador do telejornal fala a seguinte frase, principalmente nos adjetivos: "[...] Maduro disse que a vitória demonstrou a vitalidade das eleições e da democracia venezuelana", a ironia aí é notada, uma vez que o discurso trabalhado anterior a essa declaração de Maduro desmente o presidente eleito.

F. Comentário/Opinião

F.1. Repórter Brasil Noite

F.1.1. Argentina

Há opinião, ela é separada da notícia, ao final, como complemento da matéria. A opinião não é divulgada como informação. O comentário se dá como resposta à entrevista realizada pelos âncoras do telejornal. As perguntas do repórter já são opinativas, como "[...] Por que Macri ganhou na Argentina?". Na fala do cientista político Emir Sader consta elementos que expõem a opinião do comentarista, que é favorável à Daniel Scioli. Esses elementos se traduzem na crítica ao governo Macri por sugerir que entraria com ações contra a Venezuela no Mercosul, "[...] polarizando negativamente" a reunião, nas palavras do comentarista. Além disso, a relação antes pacífica entre Lula e Nestor Kirchner, Dilma e Cristina Kirchner, teria "[...] impactos grandes (...) uma situação incômoda" com Dilma e

Macri, quando antes “[...] havia consenso em quase tudo”. O comentário/opinião é favorável à oposição.

F.1.2. Bolívia

Há opinião, ela é separada da informação, ao final, como complemento da matéria. A opinião não é divulgada como informação. O comentário se dá como resposta à entrevista realizada pelos âncoras do telejornal. As perguntas do repórter já são opinativas, direcionando a fala do comentarista. Por exemplo, “[...] Na entrevista de hoje, Evo Morales defendeu um socialismo pragmático, o que seria isso nos dias de hoje?” e “[...] Algumas pessoas chamam o presidente boliviano de populista, existe alguma diferença entre populista e popular? Explica isso melhor, por favor”. Além disso, podemos verificar na fala do comentarista sua opinião, como “[...] Que ele é popular não há nenhuma dúvida”, “[...] populista é quem quer desqualificar isso, quem não gosta de política social procura desqualificar isso, popular certamente ele é, populista depende do significado que se dê a isso, se for desqualificador não tem sentido, ele é popular”. O comentário/opinião é favorável à Evo Morales.

F.1.3. Chile

Pelo menos no que é divulgado pelo Repórter Brasil no seu site oficial e é o que temos acesso para analisar, não há comentário posterior à matéria como nas notícias da Argentina e Bolívia. Há escolhas feitas pela repórter que tendem a favorecer Michelle Bachelet, como por exemplo, trazer a informação sobre a vontade popular de uma reforma na Educação e da Constituição, mas não há opinião propriamente dita, com uso de adjetivos, por exemplo. Há sim informação jornalística. Nesse sentido, por não haver comentário e opinião, esta categoria é considerada neutra.

F.1.4. Venezuela

Pelo menos no que é divulgado pelo Repórter Brasil no canal oficial da TV Brasil no YouTube e é o que temos acesso para analisar, não há comentário posterior à matéria como nas notícias da Argentina e Bolívia. As escolhas feitas pela repórter são bem equilibradas, dando espaço para os lados vencedor e o derrotado se posicionarem diante do resultado eleitoral, além disso, não há opinião. Há sim informação jornalística, com adjetivações sempre embasadas por fonte. Nesse sentido, por não haver comentário e opinião, esta categoria é neutra.

F.2. Jornal Nacional

F.2.1. Argentina

F.2.1.1. Pré-eleição

Há opinião e esta se mistura à notícia jornalística, ou seja, opinião é oferecida como notícia, informação. A passagem da repórter Delis Ortiz começa com uma opinião declarada, uma vez que não há embasamento em fonte, primordial para considerar determinado posicionamento em notícia. Assim, diz a repórter: "[...] O opositor Maurício Macri se apresentou como alternativa ao estilo de concentração de poder, aversão ao diálogo e populismo, característicos do governo de Cristina Kirchner". As adjetivações, qualificadores do discurso, não são colocadas na fala de uma fonte, portanto é opinião disfarçada de informação. Também no trecho após a passagem da repórter no off: "[...] O que realmente preocupa o eleitor aqui é a crise econômica". Que eleitor? Não é usada uma única fonte, uma pesquisa de opinião, por exemplo. A repórter usa da opinião para poder entrar no tema que interessa de acordo com o posicionamento do telejornal. Logo, o viés da opinião disfarçada de notícia é favorável a Maurício Macri.

F.2.1.2. Pós-eleição

Há opinião e esta é mesclada com a informação, notícia. Opinião é divulgada como informação. No trecho da passagem, a repórter conclui que, se a vitória foi apertada, significa que os argentinos "[...] querem mudança, mas moderada", isso por si só é uma opinião, uma vez que a informação é a de que metade dos argentinos querem uma mudança e metade não querem mudança, querem continuidade, essa é a leitura informativa das urnas. Conclusões a partir disso deixam de ser informação e passam a ser opinião, que foi o que a repórter se valeu. Dessa forma, podemos entender que o viés da opinião na notícia é favorável a Maurício Macri.

F.2.2. Bolívia

Há opinião e está é mesclada com a informação, notícia. Opinião é divulgada como informação. Mais uma vez, na passagem da repórter, Delis Ortiz fala a seguinte frase: "[...] Esmagada nas urnas, a oposição reconheceu a derrota, mas acusa Evo Morales de usar o poder para controlar a imprensa, a Justiça e violar a Constituição e tudo indica que o partido do presidente socialista seguirá dominando o Congresso, com dois terços governistas". É muito vago colocar declarações tão contundentes em relação ao candidato vencedor em uma fonte

generalista, sem um representante, o que faz a citação de Ortiz uma opinião. Além disso, "[...] tudo indica" também é conclusão opinativa que não se embasa em uma fonte concreta. Desse modo, podemos inferir que o viés da opinião na notícia é favorável ao candidato da oposição.

F.2.3. Chile

Não há opinião com viés. A única que se destaca é a seguinte frase "[...] a campanha do segundo turno não empolgou os eleitores", uma vez que é uma conclusão tirada pela repórter sem embasamento declarado. Portanto, podemos considerar que a opinião na notícia é neutra.

F.2.4. Venezuela

Não há opinião. As escolhas feitas pela repórter dão mais espaço à oposição, mas isso tem a ver com o posicionamento do discurso. Há sim informação jornalística, com adjetivações sempre embasadas por fontes concretas. Nesse sentido, por não haver comentário e opinião, esta categoria na notícia é neutra.

G. Terminologias

G.1. Repórter Brasil Noite

G.1.1. Argentina

Quadro 10 – Terminologias: Argentina no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na primeira entrevista como presidente eleito da Argentina, Maurício Macri disse que vai pedir **punições** do Mercosul contra a Venezuela. Macri também afirmou que o Brasil é um **sócio** para o futuro. A correspondente Mônica Yanakiew traz as informações.
OFF	A festa durou até a madrugada. Maurício Macri quase não dormiu. Hoje ele convocou os jornalistas e anunciou dois compromissos internacionais. Sua primeira visita oficial será ao Brasil, país que chamou de **principal sócio para o futuro**. No dia 21 de dezembro, Macri participará da reunião do Mercosul, bloco regional integrado por Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Venezuela. Ele prometeu **invocar** a cláusula democrática para pedir

	sanções contra o governo venezuelano pela prisão de políticos da oposição.
SONORA	Tenho a melhor expectativa em relação à minha primeira cúpula do Mercosul, mas isso não me impede de invocar a cláusula democrática contra o governo venezuelano, pelo **abuso** que está cometendo pela perseguição de opositores, da liberdade de expressão, disse Macri.
OFF	Macri, o primeiro presidente eleito da Argentina no segundo turno. Ele promete ter **melhores relações** com o mundo que o atual governo.
SONORA	A presidenta Dilma vai se entender melhor comigo do que com Cristina Kirchner, disse.
PASSAGEM	O novo governo assume no dia 10 de dezembro com o **desafio de corrigir os desequilíbrios da economia** que não cresce há quatro anos. Entre os **problemas** estão a inflação anual de dois dígitos e os limites da compra de dólares que a presidente Cristina impôs para impedir a saída de divisas do país.
OFF	O economista Fausto Estopormo disse que a Argentina precisa liberar o câmbio rapidamente para **recuperar** a competitividade que perdeu quando o Brasil e Venezuela desvalorizaram suas moedas.
SONORA	Não temos outra opção porque o Banco Central está **sem reservas** e precisa **atrair investimentos**, disse.
OFF	Mas Espotormo admite que uma **política brusca cambial** pode **aumentar a inflação** que ultrapassou 25% ao ano. Na entrevista, Macri não declarou que medidas econômicas tomará, nem quando. Amanhã ele se reúne com Cristina Kirchner para **negociar a transição**, que na Argentina dura apenas 17 dias.
-comentário-	Vamos conversar com Emir Sader que está no Rio de Janeiro. Emir, boa

VIVO	noite. Por que o Macri venceu na Argentina?
Emir Sader	Boa noite. Houve um **desgaste do governo**, basta dizer que a Cristina Kirchner foi eleita em 2011 com 54% dos votos. Agora, houve um desgaste, provavelmente tenha a ver com a inflação, 25%, diminuindo os efeitos das políticas sociais. Além do mais, houve uma **ruptura do governo** com a principal central sindical, dificultando mais ainda o controle da inflação. Por outro lado, o Daniel Scioli não foi um bom governador, tanto assim acaba perdendo sua sucessão, por uma candidata vinculada ao Macri. Não foi uma bom candidato como desempenho. E o Macri soube **polarizar a ideia**, depois do primeiro turno, de 64% dos votos tinham sido contra o governo, pela **ruptura**, pela **mudança**, como disse o próprio movimento dele, Cambiemos. Enquanto Scioli representava a continuidade. **Situação muito incômoda**, que se manteve ao longo do segundo turno e levou à vitória da oposição. Emir, quais os **impactos no Mercosul**, ele já deu até entrevista falando que vai pedir **punições contra a Venezuela**, o que pode vir mais pela frente? Vão ser **impactos grandes**, porque seja o Mercosul, seja a Unasul, se assentavam nas **excelentes relações** entre o Brasil e a Argentina. Nestor Krichner e Lula, Cristina Kirchner e Dilma, agora vai haver aí mais uma questão **muito incômoda** que é essa solicitação de sanção para a Venezuela, que vai gerar uma divisão interna, vai gerar um **conflito** e, certamente, vai **contaminar** a primeira reunião. Então se desfaz uma aliança **muito estreita** entre Brasil e Argentina, havia um **consenso em quase tudo** e agora vai entrar um tema que vai certamente como eu disse **polarizar a reunião e polarizar negativamente**. Emir Sader, muito obrigado e uma boa noite.

Fonte: elaborado pela autora, 03 jul. 2018.

Na notícia, os termos que se destacam para construir o discurso são favoráveis ao candidato eleito, estão relacionados indiretamente ao gancho da notícia que é o resultado

eleitoral presidencial na Argentina e diretamente relacionado ao projeto de governo do candidato. No comentário, os termos que se destacam para construir o discurso são desfavoráveis ao candidato eleito, ficam ainda mais evidentes, uma vez que são, em sua maioria, adjetivos, permitidos, uma vez que se trata de opinião. Portanto, considerando que o comentário vem no sentido de complementar a notícia, a terminologia ao considerar ambos, notícia e comentário, está equilibrada.

G.1.2. Bolívia

Quadro 11 – Terminologias: Bolívia no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na Bolívia o presidente Evo Morales reafirmou a **posição anti-imperialista** e defendeu o **papel do Estado na economia**. Foi a primeira entrevista dele depois da vitória nas eleições de ontem. Morales conseguiu o terceiro mandato consecutivo. Veja na reportagem da nossa correspondente Mônica Yanakiew
OFF	A notícia já era esperada
SONORA	¡*Evo otra vez*!
OFF	Evo Morales **primeiro presidente indígena da Bolívia** foi eleito mais uma vez**. Um feito** em um país com uma l**onga história de instabilidade econômica e política**.
SONORA	A Bolívia está **progredindo** e **ocupando** um lugar internacionalmente.
OFF	É uma **opinião compartilhada** por muitos bolivianos ricos e organismos internacionais que Evo Morales tanto criticou. Ele ganhou até em Santa Cruz, o **estado rico** que há cinco anos queria se separar do resto do país. Na primeira entrevista coletiva depois da vitória, Evo Morales manteve o mesmo **discurso anti-imperialista** de 2005, quando foi eleito presidente pela primeira vez.

SONORA	Dizem que quero ser como o presidente Hugo Chávez da Venezuela. Podem dizer o que querem, a verdade é que cada país é um país, mas o que muito de nós temos em comum é que somos **anti-imperialistas**.
OFF	Evo Morales chegou ao poder nacionalizando o petróleo, o gás, os minérios para investir em planos sociais e infraestrutura. Ele **conseguiu reduzir a pobreza e a desigualdade sem perder o controle da inflação e dos gastos públicos**, uma política que acabou sendo **elogiada** pelo Fundo Monetário Internacional e, apesar da crise mundial, a **Bolívia continua crescendo**.
PASSAGEM	Segundo a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe, a Cepal, a Bolívia é o país da América do Sul **que mais vai crescer** em 2014, mais que o **dobro** da média regional.
OFF	Para Evo foi uma **vitória do socialismo sobre as políticas neoliberais**. Nos próximos cinco anos ele quer **investir na industrialização** do país.
SONORA	Nosso objetivo, **não queremos mais depender da produção de matérias-primas**. **Temos ambições** e **queremos produzir bens industriais e conhecimento**.
OFF	A Bolívia tem uma **reserva mundial de lítio**. Muitas empresas **manifestaram interesse** pelo minério usado em pilhas e baterias. Mas Evo Morales disse que a exploração e industrialização do lítio serão feitas pelos bolivianos e que também prometeu **desenvolver energia nuclear** na Bolívia para **fins pacíficos**.
-comentário-VIVO	Eu converso com Emir Sader que está no Rio de Janeiro. Emir, boa noite. Emir, na entrevista de hoje Evo Morales defendeu um **socialismo pragmático** o que isso significa nos dias de hoje.
Emir Sader	Boa noite. Bom, ele tem uma **política fortemente anti-neoliberal**. À medida que o capitalismo hoje assumiu o modelo neoliberal ele é **anticapitalista** e tem uma **dinâmica socialista**, especialmente um **elemento muito forte do**

	socialismo que é a **presença do Estado na economia**, **controlando os recursos naturais** que são **fundamentais e estratégicos para o país**. **Pragmático** porque tem uma visão de **convivência com o mercado privado**. No caso específico da Bolívia com os produtores de soja, de Santa Cruz de la Sierra que, como se diz na reportagem, chegaram até a **reivindicar autonomia** em relação ao governo central de La Paz. Hoje, estão **integrados**, após o Evo Morales e, ele **triunfou** nas eleições **também** em Santa Cruz de la Sierra. Então, uma **forte presença estatal** e uma **convivência com o mercado privado e controle das contas públicas**. Emir, algumas pessoas chamam o presidente boliviano de **populista**. Existe alguma diferença entre **populismo e popular**? Explica isso melhor, por favor. Que ele é **popular**, nenhuma dúvida. **Único** presidente boliviano eleito três vezes seguidas no primeiro turno, com maioria absoluta. Agora, faz políticas sociais de atendimento às comunidades indígenas. Setores mais **fragilizados** da população, crianças, idosos. **Populista é quem quer desqualificar isso**, **que não gosta de política social procura desqualificar isso**. **Popular certamente ele é**. Populista depende do significado que se dê a isso. **Se for desqualificador, não tem sentido, ele é popular**. Bem, a Bolívia acaba de escolher o presidente e o Brasil está escolhendo o seu ou a sua, nesse segundo turno, daqui 15 dias. O que pode mudar na relação entre os dois países? Bom, se for eleita a Dilma, será a **continuidade da política de boa vizinhança**, de **relações harmônicas** que o Lula vem introduzindo desde 2003. Se a oposição ganhar com Aécio Neves certamente será uma **relação conflitiva**. **Muito diferente** da que existe. Agora, não apenas com a Bolívia, mas com outros países vizinhos também, ou da região, Venezuela, Equador, com a Argentina, com o Uruguai. Então, **mudará a inserção internacional do Brasil**, **baixando o perfil da relação com o Mercosul**, **estabelecendo acordo de livre comércio com outras regiões do mundo**. **Mudaria muito** se

	a oposição ganhar. Se ganhar a Dilma, **haverá continuidade**, com a Bolívia e com os países que eu mencionei também.

Fonte: elaborado pela autora, 03 jul. 2018.

Na notícia, os termos que se destacam para construir o discurso são favoráveis ao candidato eleito, estão relacionados diretamente ao gancho da notícia que é o resultado eleitoral presidencial na Argentina e também diretamente ao projeto de governo do candidato Evo Morales. Isso se repete no comentário, com uma diferença que está relacionada diretamente ao projeto de governo do candidato e indiretamente à vitória eleitoral deste. Portanto, considerando que o comentário vem no sentido de complementar a notícia, a terminologia ao considerar ambos, notícia e comentário, é favorável à Evo Morales nos dois casos.

G.1.3. Chile

Quadro 12 – Terminologias: Chile no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	E a presidente Dilma Rousseff deu os parabéns a Michelle Bachelet pela vitória no segundo turno das eleições no Chile. A brasileira confirmou que vai à posse em março do ano que vem. Bachelet teve 62% dos votos na eleição deste domingo. A presidente eleita disse a Dilma Rousseff que pretende trabalhar em **estreita parceria** com o Brasil, quando assumir a presidência do Chile.
OFF	Um dia depois da vitória nas urnas, Michelle Bachelet recebeu o presidente do Chile, Sebastián Piñera, e a primeira dama na casa dela para um café da manhã. No domingo, Bachelet derrotou a candidata governista Evelyn Matthei e foi mais uma vez eleita para governar o Chile. Bachelet esteve à frente do país entre 2006 e 2010. No Chile, o presidente não pode concorrer a dois mandatos consecutivos. O primeiro mandato de Bachelet **encerrou um ciclo** de vinte anos de governo de centro-esquerda. Ela foi sucedida pelo empresário Sebastián Piñera, eleito por uma **aliança de partidos de centro-direita**. Em março, Bachelet vai receber a faixa presidencial das mãos dele. Os chilenos que já tem **estabilidade política e econômica**, agora querem

	reformas sociais mais profundas.
SONORA	Bachelet vai poder fazer coisas que não fez da outra vez e **corrigir erros**, acredita essa eleitora.
SONORA	Não votei em Bachelet nem em Matthei, quero uma **verdadeira renovação** no país e acho que devemos dar aos jovens **mais oportunidades**, disse esse chileno.
OFF	Uma conta pendente é a reforma da educação, os estudantes **paralisaram** o país em 2011 e 2012, **exigindo educação gratuita e de qualidade para todos**. No Chile, todas as universidades são pagas. Bachelet **prometeu mudar o sistema educacional e reformar a Constituição**, **herdada ainda da ditadura**.
SONORA	**Essa vitória não é pessoal**, é o resultado das vozes dos chilenos que saíram às ruas para **exigir reformas com coragem**, que nos fizeram ter **mais ambições para o futuro do país**, disse Bachelet.
PASSAGEM	Apesar da **esmagadora vitória** e de ter **conquistado a maioria no Congresso**, Michelle Bachelet vai precisar **negociar com a oposição** para cumprir as promessas de campanha. **As reformas de peso**, só são possíveis com 60% dos votos e para mudar a Constituição ela vai precisar do apoio de 2/3 dos legisladores.

Fonte: elaborado pela autora, 04 jul. 2018.

Os termos que se destacam para construir o discurso são favoráveis à candidata eleita Michelle Bachelet e estão diretamente relacionados ao seu plano de governo, em sua maioria. É favorável ao gancho da notícia, que é o resultado eleitoral presidencial no Chile. Logo, a terminologia favorece Michelle Bachelet.

G.1.4. Venezuela

Quadro 13 – Terminologias: Venezuela no Repórter Brasil Noite

CABEÇA	Na Venezuela, a Justiça eleitoral **proclamou** hoje a vitória de Nicolás Maduro na eleição presidencial e **negou** o pedido de recontagem de votos. A oposição e os governistas **convocaram** manifestações.
OFF	Os jornais venezuelanos destacaram a **vitória apertada** de Nicolás Maduro sob o oposicionista Henrique Capriles nas eleições de domingo. O candidato de Hugo Chávez ganhou com menos de 235 mil votos de diferença.
SONORA	Seo Venancio votou em Maduro, mas explica que isso aconteceu porque a **desvalorização** do Bolívar, frente ao dólar, foi um golpe para os pobres, o que diminuiu a vantagem que ele tinha no começo da campanha.
OFF	Mas se os eleitores **justificam** o cenário, a oposição **reclamava**. Capriles se **negou a reconhecer os resultados** e **convidou o povo a protestar**, fazendo um **panelaço** hoje. Uma marcha aos conselhos federais e regionais amanhã e à sede do governo de Caracas na quarta-feira.
PASSAGEM	Apesar das resistências da oposição, Nicolás Maduro foi proclamado presidente eleito pelo Conselho Nacional Eleitoral. A data da cerimônia de juramentação também será mantida e deve ser realizada na próxima sexta-feira.
OFF	Enquanto Maduro era proclamado, o povo **comemorava** do lado de fora. Para eles, ele é o novo presidente. Em alguns pontos de Caracas, houve **confronto** entre a polícia e manifestantes que pediam a recontagem dos votos.
Nota simples VIVO	O governo dos Estados Unidos e a Organização dos Estados Americanos, a OEA, pediram a **recontagem** dos votos na Venezuela. A União de Nações Sul-americanas, a Unasul e o Mercado Comum do Sul, o Mercosul, pediram

	respeito ao resultado das urnas, ou seja, a vitória de Nicolás Maduro. O governo brasileiro considerou encerrado o processo eleitoral na Venezuela e entende que ele foi **válido, democrático e transparente**.

Fonte: elaborado pela autora, 04 jul. 2018.

Os termos que se destacam na notícia para construir o discurso são desfavoráveis ao candidato eleito, Nicolás Maduro. A maioria deles tem relação com o posicionamento da oposição. A nota vem reforçar isso, de forma que os termos usados, principalmente os do posicionamento do governo brasileiro, são ditos em tom irônico. A terminologia é desfavorável ao gancho, à medida que diz respeito não ao resultado eleitoral em si, mas à contestação deste. Assim, podemos considerar a terminologia utilizada na notícia como favorável à oposição.

G.2. Jornal Nacional

G.2.1. Argentina

G.2.1.1. Pré-eleição

Quadro 14 – Terminologias: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional

CABEÇA	32 milhões de eleitores escolhem amanhã o novo presidente da Argentina. É a **eleição mais disputada da história do país**.
OFF	Há poucas horas da eleição, o **suspense permanece**. Há um **favorito, mas não uma certeza**. O prefeito da capital de Buenos Aires **chega com vantagem** segundo pesquisas. Diferença de 11 pontos sob o **candidato oficial** o governador da província de Buenos Aires, Daniel Scioli. Mas a conta fica pendurada na mão dos eleitores indecisos, algo em torno de 8% e também na lista de frequência. A distribuição de urnas começou cedo, feita pelos correios. A ordem era entregar, conferir e lacrar as zonas eleitorais. É a primeira vez que os argentinos decidem a eleição presidencial em segundo turno.
PASSAGEM	Foi uma **campanha do tudo ou nada**. O opositor Maurício Macri se apresentou como uma **alternativa ao estilo de concentração de poder,**

	aversão ao diálogo e populismo, característicos do governo de Cristina Kirchner. O governista, Daniel Scioli é a **continuidade das políticas sociais**. Ele alega que **com a vitória do adversário, os mais pobres poderiam perder os benefícios adquiridos nos últimos anos**.
OFF	**Tiroteios políticos à parte**, o que **realmente preocupa** o eleitor por aqui é a crise econômica. Mas seja quem for o eleito no domingo, haverá **mudança**. O analista político Rosendo Fraga explica:
SONORA	Depois de doze anos e meio de Kirchnerismo deve vir um novo modelo. Os argentinos estão **otimistas, não entusiasmados, mas creem que as coisas vão melhorar**.

Fonte: elaborado pela autora, 05 jul. 2018.

Os termos que se destacam para construir o discurso na notícia são favoráveis ao candidato que viria a ser eleito Maurício Macri, fica ainda mais evidente principalmente na passagem da repórter com uso de adjetivações que favorecem a Macri e desfavorecem o candidato governista Daniel Scioli. Em alguns momentos falam sobre o gancho da notícia em si, a pré-eleição na Argentina, mas na maior parte do tempo trabalha com o projeto de governo de Maurício Macri. Logo, a terminologia na notícia é favorável a Maurício Macri.

G.2.1.2. Pós-eleição

Quadro 15 – Terminologias: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional

CABEÇA	O presidente eleito da Argentina, Maurício Macri, quer **ações** do Mercosul contra a Venezuela. E prometeu uma **relação mais dinâmica** com o Brasil.
OFF	Uma bandeira argentina apareceu pendurada na sacada. É aí que mora Maurício Macri. 56 anos, atual prefeito de Buenos Aires e quem vai governar a Argentina pelos próximos quatro anos. O resultado **histórico** das urnas **esgotou** as edições dos jornais.
SONORA	Abri cedinho e as pessoas compraram tudo, conta Vitória, a dona da banca.

OFF	Na primeira entrevista, o homem que **pôs fim** aos 12 anos da era Kirchner, disse que precisa **se inteirar da real situação econômica** do país.
SONORA	Quando soubermos como estão as contas públicas, eu vou dizer pra vocês qual é a **real situação**.
OFF	A transição será curta. Daqui 17 dias Macri tomará posse. Até lá ele pretende definir sua equipe, já adiantou que não haverá um Ministério de Economia e sim um **super gabinete econômico** com seis ministros: Fazenda e Finanças, Trabalho, Energia, Produção, Transporte, Agricultura. O candidato do governo, Daniel Scioli, prometeu **respeitar** a decisão popular.
PASSAGEM	Uma **vitória apertada** com menos de três pontos percentuais de diferença, mostra um **país dividido**, uma **clara mensagem** de que os argentinos querem **mudança, mas moderada**. A prometida **reforma do modelo econômico** deverá ser **gradual**. Mas o presidente eleito já sinalizou que **inaugurará, imediatamente, um novo estilo de governo e uma nova política externa**.
OFF	Macri quer **reativar a boa relação com o mundo**, especialmente os vizinhos da região, mas sinalizou **mudanças**. Disse que na próxima reunião do Mercosul em dezembro vai propor que se **aplique a cláusula democrática com sanções à Venezuela**, que segundo ele vem **cometendo abusos contra as liberdades e perseguição aos opositores**. Na prática, se aprovado, o país governado pelo presidente Nicolás Maduro seria **temporariamente suspenso** do bloco. A presidente Dilma Rousseff cumprimentou Macri por telefone e ouviu dele que sua primeira visita oficial será ao Brasil, com pretende estabelecer uma **relação econômica dinâmica** e com **menos travas comerciais**.

Fonte: elaborado pela autora, 05 jul. 2018.

Os termos que se destacam na notícia para construir o discurso são favoráveis ao candidato eleito Maurício Macri. Esses termos estão diretamente relacionados com o projeto

de governo do novo presidente e menos com o gancho da notícia que é o resultado eleitoral. Há termos relacionados com assuntos indiretamente ligados ao gancho da notícia, são os relacionados às ações que seriam pedidas pelo candidato eleito contra a Venezuela que tinha, na ocasião, Nicolás Maduro como presidente eleito. Logo, a terminologia na notícia é favorável a Maurício Macri.

G.2.2. Bolívia

Quadro 16 – Terminologias: Bolívia no Jornal Nacional

CABEÇA	Pesquisas de boca de urna indicam que o presidente da Bolívia, Evo Morales, foi **reeleito** pro terceiro mandato.
OFF	Antes mesmo dos resultados oficiais, o presidente boliviano se declarou **vitorioso** e disse que o resultado das urnas é o **triunfo de todos que lutam contra o imperialismo**. Evo Morales dedicou a vitória ao ex-presidente de Cuba, Fidel Castro, e ao venezuelano Hugo Chávez, que morreu no ano passado. Por causa de um problema técnico, só 3% das urnas foram apuradas. A justiça eleitoral disse que o resultado final sai em 12 dias. Pesquisas de boca de urna afirmam que o partido de Morales, rumo ao socialismo, conquistou mais de 60% dos votos, contra 25% do segundo colocado, o empresário do cimento, Samuel Dória Medina. Evo Morales foi eleito para o terceiro mandato. Há nove anos no poder ele **nacionalizou** o gás, o petróleo, mineração e telecomunicações e **investiu em planos sociais**, **baixando a pobreza** em 15 pontos percentuais. O país **ainda é um dos mais pobres da região, mas foi o que mais cresceu na América Latina**, 5,2% este ano.
PASSAGEM	**Esmagada nas urnas**, a **oposição reconheceu a derrota**. Mas **acusa Evo Morales de usar o poder para controlar a imprensa, a justiça e violar a Constituição**. E tudo indica que o partido do **presidente socialista** seguirá **dominando o Congresso**, com 2/3 governistas.

Fonte: elaborado pela autora, 06 jul. 2018.

Os termos que se destacam para construir o discurso dão conta de, na maior parte das vezes, desprestigiar o presidente eleito Evo Morales, em alguns momentos termos que

poderiam ser consideráveis favoráveis ao candidato, são usados de forma irônica, como em “o triunfo de todos que lutam contra o imperialismo”. Há alguns termos favoráveis com sentido semelhante, no entanto, não são maioria. A terminologia diz respeito principalmente aos feitos de mandatos anteriores do presidente reeleito e críticas da oposição ao candidato eleito. Logo, os termos na notícia são favoráveis à oposição.

G.2.3. Chile

Quadro 17 – Terminologias: Chile no Jornal Nacional

CABEÇA	Amanhã os chilenos voltarão às urnas para decidir quem será **a mulher** que vai governar o país nos próximos quatro anos.
OFF	Nem parece que o Chile está a poucas horas da eleição presidencial. A campanha do segundo turno não empolgou os eleitores. E como o voto não é obrigatório por aqui, a expectativa é a de que a **participação dos chilenos será ainda menor** do que na primeira votação em novembro, quando só metade do eleitorado compareceu às urnas. Michelle Bachelet já foi presidente entre 2006 e 2010 e **representa os partidos de esquerda**. Evelyn Matthei, candidata do presidente Piñera, era a **esperança de permanência da direita no poder**, mas Bachelet quase ganhou no primeiro turno. As pesquisas indicam que essa diferença pode ser ainda maior, dependendo do comparecimento dos eleitores.
PASSAGEM	Há uma **questão** que já está **obrigatoriamente na pauta** da que for eleita. É a disputa pelos limites marítimos entre Chile e Peru. O país vizinho reclamou na Corte Internacional de Haia a soberania sobre quase 38 mil quilômetros no Oceano Pacífico. A decisão deve sair no início do ano que vem.

Fonte: elaborado pela autora, 06 jul. 2018.

Os termos não são favoráveis e nem desfavoráveis a nenhuma das duas candidatas à eleição presidencial no Chile. Os termos têm a ver com o gancho da notícia que é a pré-eleição a presidente. Logo, a terminologia na notícia é neutra.

G.2.4. Venezuela

Quadro 18 – Terminologias: Venezuela no Jornal Nacional

CABEÇA	Aqui na América do Sul, **apesar de protestos da oposição**, o Conselho Eleitoral da Venezuela **proclamou** Nicolás Maduro como presidente eleito do país. O candidato adversário Henrique Capriles **denunciou fraudes**, pediu a **recontagem dos votos**. Os enviados especiais a Caracas, Delis Ortiz e Rafael Sobrinho, têm as informações.
OFF	A praça onde a oposição costuma se reunir amanheceu **tranquila**, depois de um domingo de **apuração tensa**. A **vitória foi apertada**, uma diferença de pouco mais de 1,5 pontos percentuais, 235 mil votos. Em outubro do ano passado, Chávez havia vencido com uma **vantagem bem maior**: um milhão e seiscentos mil votos. A **oposição denunciou fraude** em várias seções eleitorais. E **exigiu uma nova apuração dos votos**. Henrique Capriles disse que a Venezuela tinha um **presidente ilegítimo**.
SONORA	Pueblo versus un gobierno ilegítimo.
PASSAGEM	Enquanto a oposição **reclamava a recontagem dos votos**, o porta-voz do governo, Ministro das Comunicações, Ernesto Vilhegas, **convocava a militância chavista para o ato de proclamação de Nicolás Maduro como presidente eleito da Venezuela**. E a concentração foi aqui: em frente ao Conselho Nacional Eleitoral.
OFF	Os Estados Unidos disseram que a **auditoria das eleições presidenciais venezuelanas** seria **importante e necessária**. Para o Brasil, a eleição na Venezuela é uma **vitória da democracia**.
SONORA	Felicito o presidente Maduro pela sua **vitória**. Aqui, reafirmamos a **disposição de seguirmos trabalhando muito estreitamente** com o governo venezuelano.

SONORA	Como presidente de la República Bolivariana de Venezuela...
OFF	E Maduro foi proclamado presidente eleito da Venezuela.
SONORA	Eu sou filho de Chávez, o primeiro presidente eleito depois de Hugo Chávez, disse ele.
OFF	Apesar do anúncio do Conselho Eleitoral, **manifestantes** fizeram **protesto contra o resultado e houve confrontos com a polícia**.
--NOTA SIMPLES--VIVO	A presidente Dilma Rousseff telefonou hoje à tarde para **felicitar o presidente eleito** Nicolás Maduro. Disse que ficou **satisfeita com o clima de normalidade em que transcorreu a votação** no domingo. Em resposta, segundo a assessoria de imprensa do Planalto, Maduro disse que a **disputa acirrada** demonstrou a **vitalidade das instituições e da democracia venezuelana**.

Fonte: elaborado pela autora, 06 jul. 2018.

Os termos que se destacam na notícia para construir o discurso são desfavoráveis ao candidato eleito Nicolás Maduro e favoráveis ao candidato não eleito, Henrique Capriles. Os termos também são desfavoráveis ao gancho da notícia que é o resultado eleitoral presidencial na Venezuela e dizem respeito à crítica e protestos da oposição com relação ao resultado eleitoral. Mesmo quando termos positivos referentes ao candidato eleito estão na fala, por exemplo na da própria presidente do Brasil à época, Dilma Rousseff, os termos são ditos de forma irônica. Assim, a terminologia na notícia é favorável à oposição.

H. Local da fala jornalística

H.1. Repórter Brasil Noite

H.1.1. Argentina

Não há menção de nome de quem fez as imagens na notícia. Infere-se, portanto, que as imagens são de agências. Logo, não há a preocupação por ter imagens próprias, reproduzindo a ideologia da agência. A repórter é Mônica Yanakiew, correspondente fixa em Buenos Aires,

mesmo local que se refere à notícia. Podemos inferir que a TV Brasil, ao escolhê-la como lugar para se ter um correspondente, vê a capital argentina como a mais importante na América Latina, em detrimento das outras. Sendo assim, a intenção da emissora em ter uma correspondente fixa em Buenos Aires não tem relação de dependência com a pauta eleitoral presidencial.

H.1.2. Bolívia

Não há menção de nome de quem fez as imagens na notícia. Infere-se, portanto, que as imagens são de agências. Logo, não há a preocupação por ter imagens próprias, reproduzindo a ideologia da agência. A repórter é Mônica Yanakiew, correspondente fixa em Buenos Aires, fala de um lugar desconhecido de Buenos Aires sobre a Bolívia. Evidencia, portanto, uma possível despreocupação da TV Brasil no tocante a ter um correspondente fixo em La Paz ou mesmo mandar um enviado especial ao país, ainda que para uma pauta importante, como a eleição presidencial. Muito além do candidato eleito, a desatenção a um correspondente ou enviado especial na Bolívia, demonstra um possível desinteresse ou pouco interesse por esse país latino-americano. Podemos, a partir daí, ter pistas sobre uma intenção possível da emissora: a de que observa o país menos interessante do ponto de vista da hierarquia estabelecida pelo capitalismo global.

H.1.3. Chile

Não há menção de nome de quem fez as imagens na notícia. Infere-se, portanto, que as imagens são de agências. Logo, não há a preocupação por ter imagens próprias, reproduzindo a ideologia da agência. A repórter é Mônica Yanakiew, correspondente fixa em Buenos Aires, fala de um lugar desconhecido de Buenos Aires sobre o Chile. Evidencia, portanto, uma possível despreocupação da TV Brasil no que se refere a ter um correspondente fixo em Santiago ou mesmo mandar um enviado especial ao país, ainda que para uma pauta importante, como a eleição presidencial. Muito além do candidato eleito, a desatenção a um correspondente ou enviado especial no Chile, demonstra um possível desinteresse ou pouco interesse por esse país latino-americano. Podemos, a partir daí, ter pistas sobre uma possível intenção da emissora, a de que observa o país menos interessante do ponto de vista da hierarquia estabelecida pelo capitalismo global.

H.1.4. Venezuela

Há menção do nome de André Rodrigo como autor das imagens. Portanto, não se tratam de imagens de agência, senão de um contratado da TV Brasil, o que demonstra preocupação em fazer um conteúdo próprio sobre a eleição presidencial na Venezuela. Leandra Felipe é a enviada especial à Caracas, na Venezuela. Como discutimos nos capítulos teóricos, o ideal é correspondente fixa, uma vez que vivencia o contexto, mas ainda assim é melhor um enviado especial do que fazer a notícia sobre um país, estando em outro. Podemos ter pistas sobre uma possível intenção da emissora por enviar a correspondente à capital venezuelana que é uma preocupação com a eleição nesse país.

H.2. Jornal Nacional

H.2.1. Argentina

H.2.1.1. Pré-eleição e pós-eleição

Há menção do nome de Rafael Sobrinho como autor das imagens. Portanto, não se tratam de imagens de agência, senão de um contratado da TV Globo, o que demonstra preocupação em fazer um conteúdo próprio. Delis Ortiz é a correspondente fixa na Argentina, representando toda a América Latina. Podemos inferir que a TV Globo, ao escolhê-la como lugar para se ter um correspondente, vê a capital argentina como a mais importante na América Latina, em detrimento das outras. Sendo assim, a intenção da emissora em ter uma correspondente fixa em Buenos Aires não tem relação de dependência com a pauta eleitoral presidencial.

H.2.2. Bolívia

Não há menção de nome de quem fez as imagens na notícia. Infere-se, portanto, que as imagens são de agências. Logo, não há a preocupação por ter imagens próprias, reproduzindo e demonstrando a concordância com a narrativa trabalhada pela agência. A repórter é Delis Ortiz, que é correspondente fixa em Buenos Aires, faz a matéria sobre a Bolívia de um lugar desconhecido da capital argentina. Ou seja, não há a preocupação de mandar um enviado especial à La Paz, mesmo para uma pauta importante, como a eleição presidencial, tampouco manter um correspondente na capital boliviana. Para além do candidato eleito, a desatenção a um correspondente ou enviado especial na Bolívia, demonstra um possível desinteresse ou pouco interesse por esse país latino-americano. Podemos, a partir daí, ter pistas sobre uma

intenção possível da emissora, a de que observa o país menos interessante segundo a hierarquia estabelecida pelo capitalismo global.

H.2.3. Chile

Há menção do nome de Rafael Sobrinho como autor das imagens. Portanto, não se tratam de imagens de agência, senão de um contratado da TV Globo, o que demonstra preocupação em fazer um conteúdo próprio. Delis Ortiz é a correspondente fixa na Argentina, mas foi mandada como enviada especial à Santiago. Mais uma vez, como discutimos nos capítulos teóricos, o ideal é correspondente fixa, uma vez que vivencia o contexto, mas ainda assim é melhor um enviado especial do que fazer a notícia sobre um país, estando em outro.

H.2.4. Venezuela

Há menção do nome de Rafael Sobrinho como autor das imagens. Portanto, não se tratam de imagens de agência, senão de um contratado da TV Globo, o que demonstra preocupação em fazer um conteúdo próprio. Delis Ortiz é a correspondente fixa na Argentina, mas foi mandada como enviada especial à Caracas. Uma vez mais, como discutimos nos capítulos teóricos, o ideal é correspondente fixa, uma vez que vivencia o contexto, mas ainda assim é melhor um enviado especial do que fazer a notícia sobre um país, estando em outro. A partir dos resultados obtidos nas categorias “Posicionamento do discurso” e “Característica da imagem”, desfavoráveis a Nicolás Maduro, podemos ter pistas sobre uma possível intenção da emissora por enviar a correspondente à capital venezuelana que é a de preocupação não com o país necessariamente, senão com a vitória de Nicolás Maduro nas eleições presidenciais venezuelanas e, portanto, podemos caracterizá-la como favorável à oposição.

I. Equilíbrio/Imparcialidade

I.1. Repórter Brasil Noite

I.1.1. Argentina

Há o reforço da eleição, ela não é em nenhum momento durante a notícia contestada ou oferecido um contraponto, ou seja, a TV Brasil não oferece a notícia sobre a eleição presidencial na Argentina de forma equilibrada/imparcial. Nesse sentido, não incorpora o anseio da sociedade e não está de acordo com o interesse público. Nessa notícia, a TV Brasil é

representante da opinião pública manifesta, isto é, a opinião do poder, que seria favorável ao ao projeto de Mercado, sendo Maurício Macri, o candidato eleito, representante disso.

I.1.2. Bolívia

Há o reforço da eleição, ela não é em nenhum momento durante a notícia contestada ou oferecido um contraponto, ou seja, a TV Brasil não oferece a notícia sobre a eleição presidencial na Bolívia de forma equilibrada/imparcial. Nesse sentido, não incorpora o anseio da sociedade, embora ofereça um ponto de vista que vai ao encontro dos interesses da maioria da população, e não está de acordo com o interesse público, que seria oferecer a notícia com mais de uma perspectiva. Nessa notícia, a TV Brasil não é representante da opinião pública manifesta, isto é, a opinião do poder. É sim representante de uma maioria invisibilizada da sociedade, é favorável ao projeto de Estado, sendo Evo Morales, o candidato eleito, representante disso.

I.1.3. Chile

Há o reforço da eleição, ela não é em nenhum momento durante a notícia contestada ou oferecido um contraponto, ou seja, a TV Brasil não oferece a notícia sobre a eleição presidencial na Bolívia de forma equilibrada/imparcial. Nesse sentido, não incorpora o anseio da sociedade, embora ofereça um ponto de vista que vai ao encontro dos interesses da maioria da população, e não está de acordo com o interesse público, que seria oferecer a notícia com mais de uma perspectiva. Nessa notícia, a TV Brasil não é representante da opinião pública manifesta, isto é, a opinião do poder. É sim representante de uma maioria invisibilizada da sociedade, é favorável ao projeto de Estado, sendo Michelle Bachelet, a candidato eleita, representante disso.

I.1.4. Venezuela

Nem há reforço, nem descredenciamento da eleição. A TV Brasil, nesta matéria, incorpora o anseio da sociedade, à medida que oferece uma cobertura de forma equilibrada/imparcial, trazendo e buscando pesar igualmente as perspectivas favoráveis ao candidato eleito e ao candidato não eleito nas urnas. Portanto, tampouco representa ou deixa de representar a opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, representa ambas, a opinião de uma maioria invisibilizada e de uma minoria favorável a projetos de mercado. Podemos, portanto, considera-la como equilibrada.

I.2. Jornal Nacional

I.2.1. Argentina

I.2.1.1. Pré-eleição

Há algum contraponto em relação ao candidato que viria a ser eleito Maurício Macri, mas predomina-se um reforço a sua candidatura. A TV Globo não incorpora o anseio da sociedade, não está de acordo com o interesse público que seria falar sobre a eleição de forma equilibrada e imparcial. A emissora é representante da opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, que é favorável ao projeto de mercado, na figura do candidato Maurício Macri.

I.2.1.2. Pós-eleição

Há algum contraponto em relação ao candidato eleito Maurício Macri, mas predomina-se um reforço à sua vitória. A TV Globo não incorpora o anseio da sociedade, não está de acordo com o interesse público que seria falar sobre a eleição de forma equilibrada e imparcial. A emissora é representante da opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, que é favorável ao projeto de mercado, na figura de Maurício Macri.

I.2.2. Bolívia

Há o descredenciamento da eleição, com críticas ao presidente eleito Evo Morales. A mídia não incorpora o anseio social, está em desacordo com o interesse público, uma vez que não divulga a notícia de forma equilibrada e imparcial, deixando de trazer a perspectiva de ambos os lados, oferecendo predominantemente a perspectiva da oposição derrotada nas urnas. Na notícia, a TV Globo é representante da opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, deixando de cumprir o papel jornalístico de oferecer um conteúdo o mais isento possível para telespectadores favoráveis e desfavoráveis ao candidato eleito. A emissora se mostra desfavorável ao governo de Evo Morales e favorável ao projeto de mercado.

I.2.3. Chile

Nem há reforço, nem descredenciamento da eleição. A TV Globo, nesta matéria, incorpora o anseio da sociedade, à medida que oferece uma cobertura de forma equilibrada/imparcial, trazendo e buscando pesar igualmente as perspectivas favoráveis à candidata eleita e à candidata derrotada nas urnas. Portanto, tampouco representa ou deixa de representar a opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, representa ambas, a

opinião de uma maioria invisibilizada e de uma minoria favorável a projetos de mercado. Podemos, portanto, considera-la como equilibrada.

I.2.4. Venezuela

Há o descredenciamento da eleição e do candidato eleito Nicolás Maduro, a todo momento contestada e contraposta com a perspectiva da oposição, derrotada nas urnas. Há o reforço da oposição. Na notícia, a TV Globo não incorpora o anseio social, ou seja, está em desacordo com o interesse público, uma vez que não oferece uma notícia equilibrada e imparcial. A TV Globo se mostra representante da opinião pública manifesta, ou seja, a opinião do poder, que é favorável ao projeto de mercado. Assim, nessa categoria e país, a TV Globo é favorável à oposição.

J. Legitimidade e identificação da fonte

J.1. Repórter Brasil Noite

J.1.1. Argentina

As duas fontes utilizadas na matéria é o próprio presidente eleito da Argentina, Maurício Macri, e o economista Fausto Espotorno que legitima o candidato eleito. A primeira fonte é de importância para o gancho da matéria, a segunda é para a vitória do candidato. Ambas as fontes são identificadas. As fontes utilizadas não oferecem equilíbrio à matéria e tendem à favorecer o candidato eleito, Maurício Macri.

J.1.2. Bolívia

Há algumas fontes na notícia. Um favorável à Evo Morales não identificado, candidato eleito à presidência na Bolívia. O próprio Evo Morales também aparece como fonte. Além dele, também há a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) usada como fonte para legitimar o país e, portanto, o governo de Evo Morales. Não há pluralidade de fontes. Somente Evo interessa ao gancho da notícia, as fontes restantes são de importância para a vitória do candidato. Sendo assim, as fontes são favoráveis a Evo Morales.

J.1.3. Chile

Dois eleitores são entrevistados, sem ser identificados. Uma é favorável à candidata eleita no Chile, Michelle Bachelet; o outro é neutro. Além destes, a própria presidente

Michelle Bachelet também é fonte na notícia. As três fontes são importantes para o gancho da matéria, a primeira e a própria Bachelet de importância para a vitória da candidata. Não há fontes contrárias à Bachelet, assim, a predominância em termos de fontes na notícia favorável à Michelle Bachelet.

J.1.4. Venezuela

As fontes são: "Seo Venancio", eleitor de Maduro; Henrique Capriles, candidato opositor; manifestantes a favor de Maduro; manifestantes contrários à Maduro; governo dos Estados Unidos e a Organização dos Estados Americanos (OEA) favoráveis a Capriles; a União de Nações Sul-americanas (Unasul) e o governo brasileiro à época favoráveis a Maduro. As fontes utilizadas são de importância para o gancho da matéria e quatro, de oito fontes usadas são de importância para a vitória de Nicolás Maduro. As fontes utilizadas estão em equilíbrio, são plurais.

J.2. Jornal Nacional

J.2.1. Argentina

J.2.1.1. Pré-eleição

Pesquisas (sem identifica-las) de opinião dão conta de Maurício Macri como vencedor das eleições que viriam a acontecer. Maurício Macri e Daniel Scioli são usados como fontes na notícia, sobre o segundo o seu posicionamento é contestado com as informações passadas sobre o primeiro, Maurício Macri. Analista político, Rosendo Fraga, também é usado como fonte, com tendência à Macri. As fontes utilizadas são de importância para a matéria, com exceção do economista, cuja importância maior se refere à vitória do candidato Maurício Macri, uma vez que este representa uma alternativa ao plano de governo kirchnerista, até então no poder. Assim, as fontes são favoráveis à Macri.

J.2.1.2. Pós-eleição

As fontes são: Vitória, dona de uma banca de jornais, Maurício Macri, Daniel Scioli, Presidente do Brasil, Dilma Rousseff. Somente o candidato eleito e o não eleito são de importância para o gancho da matéria. O posicionamento de Dilma Rousseff, ainda que seja de cordialidade, é usado como algo positivo e favorável ao candidato eleito Maurício Macri. Não há sentido em ter uma dona de uma banca de jornais como fonte da matéria nesse contexto. Obviamente os jornais venderiam mais, uma vez que a edição é posterior ao

resultado eleitoral. Mesmo assim, a fonte é usada para dar ainda mais importância e legitimidade a Maurício Macri. Logo, há a predominância de fontes que tendem a apoiar o presidente eleito.

J.2.2. Bolívia

Pesquisas de boca de urna (não identificadas) que indicavam Evo Morales como presidente eleito são usadas como fonte. Além destas, o próprio presidente Morales também é utilizado como fonte. Outras: a Justiça Eleitoral e a oposição. De importância para o gancho da matéria: todas. À vitória do candidato, o próprio Evo Morales. Desfavorável ao candidato, a oposição. As fontes utilizadas são plurais e, portanto, elas em si, oferecem equilíbrio para a notícia.

J.2.3. Chile

As fontes utilizadas são: Michelle Bachelet, Evelyn Matthei, resultado eleitoral do primeiro turno. As três são de importância para o gancho da matéria e cada uma das candidatas para si mesmas. Podemos observar, assim, que as fontes utilizadas estão em equilíbrio.

J.2.4. Venezuela

As fontes são: resultado eleitoral da presente eleição (1), resultado eleitoral da eleição anterior à presidência (2), a oposição na figura de Henrique Capriles (3), o porta-voz do governo Ministro das Comunicações Ernesto Vilhegas (4), o governo estadunidense (5), o governo brasileiro na figura do Ministro das Relações Exteriores Antônio Patriota e de Dilma Rousseff (6), o presidente eleito Nicolás Maduro (7), manifestantes favoráveis à oposição não identificados (8). As fontes utilizadas de importância para o gancho da matéria são a 1, 3, 4 e 7. Para a vitória do candidato são 1, 4, 6 e 7. Favoráveis à oposição: 2, 3, 5 e 8. Em números, as fontes estão em equilíbrio. É importante ressaltar que as fontes favoráveis à vitória de Nicolás Maduro são contestadas seja pela entonação, seja pelo posicionamento do discurso, seja pelo recorte da fala da situação e da oposição.

5.7. Análise final

5.7.1. (1ª Categoria) Política de Estado versus (2ª Categoria) Política de Mercado

5.7.1.1. Repórter Brasil Noite

Predominantemente, o Repórter Brasil Noite, nessas notícias referentes aos quatro países adota uma Política de Estado, referem-se, principalmente às notícias sobre a vitória eleitoral na Bolívia, de Evo Morales, e no Chile, com Michelle Bachelet. Por outro lado, chama a atenção o fato de o telejornal ter também uma postura de Política de Mercado significativa que representa em torno da metade do que se refere à Política de Estado, dizem respeito, principalmente, às notícias sobre o resultado eleitoral na Argentina, com vitória de Maurício Macri, e na Venezuela, de Nicolás Maduro. Os enquadramentos "neutros" (aparecem quatro vezes) e "equilibrados" (sete vezes) correspondem a um pouco menos do que com relação à Política de Mercado.

Sobre a eleição na Argentina, predominantemente os enquadramentos tendem a favorecer Maurício Macri, ou seja, tendenciam a uma Política de Mercado. O candidato não é ou é pouco contestado na notícia, sendo legitimado todo o tempo. Em seguida, aparecem os enquadramentos quanto ao "equilíbrio" (três vezes) e depois a "neutralidade" (uma única vez). Minoritariamente, a oposição é favorecida.

Quanto à eleição na Bolívia, os enquadramentos no recorte noticiado escolhido do Repórter Brasil Noite são em grande número favoráveis ao candidato eleito Evo Morales, ou seja, adotam uma Política de Estado. De forma minoritária, é favorável à oposição.

No que diz respeito à eleição no Chile, os enquadramentos no Repórter Brasil Noite são em grande número favoráveis à candidata eleita Michelle Bachelet, ou seja, adotam uma Política de Estado. A perspectiva favorável à oposição é mínima, igual que a neutralidade, uma única vez.

Acerca da eleição na Venezuela, os enquadramentos nas notícias selecionadas do Repórter Brasil Noite são predominantemente equilibrados em relação à vitória de Nicolás Maduro, aparecendo quatro vezes. No entanto, tendem à oposição (três vezes), representando pouco menos da metade dos enquadramentos. Ou seja, ainda que procurem trazer ambas as perspectivas, as notícias tendenciam para uma Política de Mercado. A neutralidade aparece duas vezes.

5.7.1.2. Jornal Nacional

Na grande maioria dos enquadramentos referentes às eleições nos quatro países, o Jornal Nacional adota uma Política de Mercado, referentes tanto a notícias cujo candidato eleito é representante desse modelo, como na Argentina, com a vitória de Maurício Macri, como de países, cujos candidatos vitoriosos ou que se destacam nas pesquisas de opinião, não representam esse modelo, caso de Evo Morales, na Bolívia e Nicolás Maduro, na Venezuela. Os enquadramentos "neutros" e "equilibrados" têm uma representação minoritária e aparecem seis vezes. Esses se referem praticamente à notícia sobre a pré-eleição no Chile que daria vitória à Michelle Bachelet, uma vez à Bolívia e duas vezes à Venezuela.

Sobre a eleição na Argentina, predominantemente, o Jornal Nacional tem um favoritismo a Maurício Macri, ou seja, uma Política de Mercado. Os enquadramentos são praticamente todos favoráveis a Maurício Macri, com exceção do "Local de Fala" que não é possível inferir uma tendência.

Quanto à eleição na Bolívia, os enquadramentos nas notícias selecionadas do Jornal Nacional são em grande parte favoráveis à oposição, ou seja, adotam uma Política de Mercado. Chama a atenção que seja em um único enquadramento que o Jornal Nacional tenha uma perspectiva favorável à Evo Morales, isto é, no conjunto das notícias analisadas, esse viés é praticamente inexistente no telejornal noturno. O enquadramento de "equilíbrio" aparece uma única vez também.

Outra questão que não pode ficar sem falar e que é um dado por si só é a falta de notícia no telejornal sobre os desdobramentos da eleição, com vitória de Evo Morales. Ao não noticiar um fato importante não só na Bolívia, mas em toda a América Latina, a Globo além de quebrar com a sequencialidade da notícia, oferece-nos uma mensagem clara e comprovada com a análise: para eles, a Bolívia é inexpressiva e seu candidato eleito não merece crédito.

No tocante à eleição no Chile, os enquadramentos das notícias selecionadas no Jornal Nacional são completamente neutras (aparecem cinco vezes) e equilibradas (aparecem quatro vezes), ou seja, não é possível inferir uma narrativa predominante. O resultado surpreendeu, uma vez que a candidata favorita e que viria a ser eleita, representa a Política de Estado.

Outra questão que não pode ficar sem falar e que é um dado por si só é a falta de notícia no telejornal sobre os desdobramentos da eleição, com vitória de Michelle Bachelet. Ao não noticiar um fato importante não só no Chile, mas em toda a América Latina, a Globo além de quebrar com a sequencialidade da notícia, oferece-nos uma mensagem clara e

comprovada com a análise: para eles, o Chile é inexpressivo e sua candidata eleita não é tão importante assim, diferente de Maurício Macri que representa os interesses do Grupo Globo e Nicolás Maduro, cuja vitória eleitoral tinha que ser contestada, uma vez mais, para estar de acordo com os interesses da emissora.

No que corresponde à eleição na Venezuela, os enquadramentos nas notícias selecionadas no Jornal Nacional são em grande parte favoráveis à oposição e contra o presidente eleito, Nicolás Maduro. O índice de neutralidade e equilíbrio é pequeno, aparecendo uma vez cada. Ou seja, sobre a eleição presidencial na Venezuela, a emissora adota uma Política de Mercado.

6 A representação da identidade latino-americana: considerações finais

Para responder ao problema de pesquisa "[...] de que forma a notícia é construída e, nela, representada a identidade latino-americana nos telejornais Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional da TV Brasil e TV Globo respectivamente?" e atingir ao objetivo proposto, basear-nos-emos na análise final de cada um dos telejornais. Para isso, consideramos o perfil das duas emissoras e a política editorial de seus telejornais, Repórter Brasil Noite e Jornal Nacional, além de nosso recorte dado: o resultado eleitoral presidencial na Argentina, Bolívia, Chile e Venezuela, entre 2013 e 2015.

É possível afirmar que, dentro do contexto da análise, quanto ao desfavorecimento/negação de uma identidade latino-americana, ou seja, uma perspectiva de Política de Mercado e ao favorecimento/afirmação, isto é, uma Política de Estado, os resultados do Jornal Nacional e do Repórter Brasil Noite nos oferecem pistas sobre o tipo de América Latina que esses telejornais almejam e oferecem ao público brasileiro pela tela da TV e da internet. A identidade latino-americana não se trata, como já dissemos, de uma categoria para ser visualizada, mas sim construída.

Lembrando que, de um lado, Política de Estado, em teoria, compreende os direitos humanos como irrestritos, portanto de todos, partindo do princípio da igualdade social, além de garantidos e promovidos pelo Estado. Isto é, se os direitos são garantidos e promovidos a todos, parte-se do princípio do respeito à diversidade e à pluralidade presentes em toda sociedade, o que contempla uma integração como a latino-americana e o fortalecimento dessa identidade.

Por outro lado, Política de Mercado toma o agente Mercado como parâmetro para se pensar os direitos em uma sociedade, isto é, direitos humanos passam a ser vistos como serviços, portanto passíveis de comércio, o que na prática atende a quem pode pagar por eles. Ou seja, direitos são pensados como privilégios, sendo a maior parte da população, portanto, uma vez que estamos falando do Brasil, um dos países com maior desigualdade de renda no mundo[32], sem direitos. Esse projeto político-social é uma antítese à própria América Latina, suas particularidades, diversidades, pluralidades, também ao seu fortalecimento e integração.

[32] ALMEIDA, R.; ZANLORENSSI, G. A evolução da desigualdade de renda no mundo. Web: Nexo, 31 jul. 2017. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/07/31/A-evolução-da-desigualdade-de-renda-no-Brasil-e-no-mundo>. Acesso em: 15 out. 2018.

No Jornal Nacional, governos como o de Maurício Macri, cujo projeto se enquadra em Política de Mercado, são exaltados juntos aos seus países, no caso, a Argentina. Por outro lado, governos que adotam Política de Estado, como de Nicolás Maduro, Evo Morales e mesmo de Michelle Bachelet, uma vez que sua vitória não é nem ao menos noticiada, são rechaçados juntamente com o país que representam.

Esses enquadramentos simbólicos, que ficam evidentes no momento da análise, passam despercebidos ao telespectador, em uma notícia de em média dois minutos, mas ajuda a construir o imaginário, principalmente de aversão, neste caso, rejeição, de desvinculação identitária com esses países, ou seja, uma desintegração entre os países e nações da região.

O resultado confirma o perfil de uma emissora comercial, como a Rede Globo de Televisão, interessada em transformar direitos que deveriam ser garantidos pelo Estado em serviços privatizáveis e comercializáveis. Isso pode ser observado na predominância ao favoritismo por candidatos que adotam uma Política de Mercado.

Essa questão fica evidente quando afirmam que Daniel Scioli, candidato não apoiado pelo Jornal Nacional, representa, na fala da repórter Delis Ortiz, "[...] a continuidade das políticas sociais", sem falar na ênfase dada à economia com relação ao governo de Maurício Macri, voltado à Política de Mercado. Em sua política editorial, o Grupo Globo se diz plural, diverso e produtor de um jornalismo de qualidade. Ora, jornalismo de qualidade é aquele que mais se aproxima da imparcialidade possível, o que não é o caso do Jornal Nacional.

Ainda no contexto da análise, observando que o governo de turno à época do Brasil era presidido por Dilma Rousseff (PT), representante de uma Política de Estado no Brasil, surpreende o Repórter Brasil Noite, cuja interferência do governo federal sabemos existir, como demonstramos no capítulo terceiro, ter um número considerável de enquadramentos favoráveis à Política de Mercado. O equilíbrio é um pouco menor que na TV Globo, mas a quantidade é quase a mesma, além disso, quase metade dos enquadramentos são voltados à Política de Estado.

Como emissora pública, a perspectiva de Política de Estado deveria prevalecer e prevalece. No entanto, em termos de jornalismo, a imparcialidade possível deveria ser buscada a todo tempo. Mesmo assim, na prática, sabemos ser difícil deixar de expressar certa tendência entre dois projetos político-sociais.

Assim, para o caso, significa que, tomando como referência as análises, o Repórter Brasil Noite oferece predominantemente a perspectiva de uma América Latina unida, cujos interesses brasileiros se aproximam aos interesses de outros latino-americanos e que temos

muito mais laços identitários em comum do que os que nos separam, como demonstramos no segundo capítulo.

Isto é, uma América Latina de valorização das maiorias que são "minorias" nas sociedades, de uma região considerada periférica no mundo, do Brasil periférico e profundo. Ainda assim, contradiz essa perspectiva quando o RBN oferece uma Política de Mercado, provocando negação identitária do público brasileiro com outras nações latino-americanas, como pudemos observar na análise da Argentina e da Venezuela no Repórter Brasil Noite.

Interessante observar que embora a TV Globo seja praticamente defensora da Política de Mercado, a atuação da TV Brasil, pública, no que diz respeito às notícias escolhidas para essa pesquisa no Repórter Brasil Noite, não condiz completamente com sua teoria. Esses resultados são interessantes no sentido de evidenciar aquilo que deve ser dado continuidade e o que deve ser mudado. Também, são interessantes ao público que, ao assistir a um noticiário e pautas latino-americanos, não só (n)esses dois, mas de/em outros horários e de/em outras emissoras, pode aguçar os sentidos, de forma mais atenta e crítica.

Ou seja, em termos comunicacionais, dentro do contexto da análise, o resultado oferece pistas para compreender sobre que emissora atende aos interesses da maioria e que emissora influencia uma maioria para atender a interesses de poucos que ditam as regras políticas, econômicas, sociais e culturais ao restante da população brasileira.

Além disso, o resultado oferece oportunidade para que o público reveja que Brasil deseja para si, um Brasil autônomo e fortalecido, cujos interesses se assemelham aos outros países latino-americanos, ou um país periférico, enfraquecido e dependente dos países desenvolvidos e capitalistas, cujas costas se viram para o restante da América Latina?

Um Brasil organizado de acordo com o interesse de políticos e grandes empresários, no qual a maior parte da população segue desassistida, com direitos suprimidos e cada vez mais marginalizada e oprimida? Esses são retratos de um Brasil real refletido nas rodas de conversa, nas redes sociais, nas estatísticas de desigualdade social, econômica e educacional como demonstramos no segundo capítulo, nas periferias das cidades, nos atuais índices de desemprego[33], na falta de representatividade política e na baixa aceitação das políticas atuais, frente a um governo que para grande parte da população nacional é ilegítimo, fruto de um

[33] Em fevereiro de 2018, o índice de desemprego estava em 12,6%, atingindo 13,1 milhões de pessoas no Brasil. DESEMPREGO fica em 12,6% em fevereiro e atinge 13,1 milhões de pessoas. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/desemprego-fica-em-126-em-fevereiro.ghtml>. Acesso em: 26 jul. 2018.

grande golpe. Os dados da pesquisa[34] do Data Folha de junho de 2018 sobre a aceitação do governo de Michel Temer corroboram essas assertivas, indicando que 82% dos brasileiros consideram seu governo ruim ou péssimo. Michel Temer é o presidente mais impopular da História do Brasil.

Assim, a identidade latino-americana desenhada com os resultados mostra uma carência de conhecimentos sobre os outros latino-americanos e os próprios brasileiros, isto é, sobre quem somos, pois as notícias, predominantemente no Jornal Nacional e em parte no Repórter Brasil Noite, são construídas, em linhas gerais, para favorecimento de poucos. Esses resultados também demonstram a necessidade de resgatar valores essenciais ao jornalismo, como o interesse público e imparcialidade possível, e reconstruir socialmente nossa identidade latino-americana.

Só assim será possível acreditar em jornalismo de qualidade e em uma sociedade mais igual e justa, que valoriza suas raízes históricas e, a partir delas, constrói um futuro seu e, portanto, singular. Somente dessa forma será possível conceber uma América Latina integrada, rica, porque valorizada. A Pátria Grande, sonhada por Simón Bolívar, depois por tantos outros latino-americanos, de pesquisadores como Darcy Ribeiro a um desconhecido de uma complexidade cultural irrepetível. Ainda que como uma utopia, porque são para isso que elas servem, para que não deixemos de caminhar, como dissera[35] uma vez o escritor uruguaio Eduardo Galeano.

---

[34] BOGHOSSIAN, B. Reprovação aumenta e torna Temer o presidente mais impopular da história. **Folha de S. Paulo**, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/reprovacao-aumenta-e-torna-temer-o-presidente-mais-impopular-da-historia.shtml>. Acesso em: 26 jul. 2018.

[35] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9iqi1oaKvzs>. Acesso em: 25 jul. 2018.

Referências

ALVES, R. **Filosofia da ciência**: introdução ao jogo e a suas regras. São Paulo: Loyola, 2000.

ANDERSON, C.W.; BELL, E.; SHIRY, C. Jornalismo pós-industrial adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**. Especial. Tradução de FÉLIX, A. Abr, Mai, Jun 2013. ISSN 2238-2305. nº 5, ano 2.

ANDRADE, M. C. de. O Brasil e a América Latina. 8 ed. São Paulo: Contexto, 2016.

BARBOSA, A. **A solidão da América Latina na Indústria Jornalística Brasileira**. São Paulo: Alexa Cultural, 2017.

BARBOSA, B.; MOYSÉS, D.; SAVAZONI, R. Direitos de Resposta: a sociedade civil ocupa a TV!. In: CHAGAS, C. M. DE F.; ROMÃO, J. E. E.; LEAL, S. (Orgs.). **Classificação Indicativa no Brasil**: desafios e perspectivas. Brasília, Secretaria Nacional de Justiça, 2006, p. 263-277.

BARBOSA, M.; RIBEIRO; A. P. G. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: BOLAÑO, C. R. S., BRITTOS, V.C. **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, p. 205-222.

BATHELL, L. **História de América Latina**. Vol. 7. Barcelona: Crítica, 1991. p. 73-105.

BCB. **Grupo dos Vinte (G-20)**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2015. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?g20>. Acesso em: 24 jul. 2018.

BECKER, B. **Televisão e telejornalismo: transições**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016, capítulos 1, 2 e 3.

BOESNER, D. Auge del Imperialismo Norteamericano y resistencias en América Latina (1883-1933). In: **Relaciones Internacionales de América Latina - breve historia**. Caracas: Nueva Sociedad; México: Nueva Imagen, 2004. p. 189-225.

BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. C. TV pública, políticas de comunicação e democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural. In: Grupo de Trabalho (GT) Economia política e políticas de comunicação, **XVII Encontro da Compós**, 2008, São Paulo. Anais XVII Encontro da Compós São Paulo, 2008, p. 1-13.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão** – seguido de A influência do jornalismo e dos jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOURDIEU, P. Sobre o poder simbólico. In: **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989, p. 7-16.

BUCCI, E. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos CEBRAP** (Impresso), v. 88, p. 5-18, 2010.

CAPELAS, B. Até o fim de 2017, Brasil terá um smartphone por habitante, diz FGV. Web, **Link Estadão**, 2017. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,ate-o-fim-de-2017-brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-diz-pesquisa-da-fgv,70001744407>. Acesso em: 05 nov. 2017

CAPELATO, M. H. R. Ensaios latino-americanos: ‘caráter nacional’ e construção de estereótipos. **História (São Paulo. Online)**, v. 32, p. 162-174, 2013.

CARVALHO, J. M. **Televisão pública no Brasil: um estudo de caso da TV Brasil e as características de um sistema público de comunicação**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob orientação do Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho.

CIAPINA, C. M. **Historia Contemporánea de América Latina: relaciones internacionales y comunicación cátedra II** / Carlos M. Ciappina y Fernando Esteche. 1a ed. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2013. 174 p.

CHAUÍ, M. DE S. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CISCO. **Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016–2021**. Disponível em: <https://goo.gl/jtFUvp>. Acesso em 27 jul. 2017.

CONSELHO CURADOR. **Plano de Trabalho 2013 EBC**. EBC, Brasília, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/WnslkG>. Acesso em: 14 jul. 2015.

_____. **Plano de Trabalho 2014 EBC**. EBC, Brasília, 2014. Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/plano_de_trabalho_2014_completo_-_com_resolucao_do_cc.pdf>. Acesso em: 14 out. 2014.

_____. **Plano de Trabalho 2015 da EBC**. EBC, Brasília, 2015a. Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/resolucao_02_2015_-_aprovacao_do_plano_de_trabalho_2015_com_o_plano.pdf>. Acesso em 03 abr. 2015.

_____. **Plano de Trabalho 2016 da EBC**. EBC, Brasília, 2015b. Disponível em: <http://conselhocurador.ebc.com.br/sites/_conselhocurador/files/parte_2_-_plano_de_trabalho_2016_-__conselho_curador_-_01.12.2015.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2016.

CUCHE, D. **A noção de cultura em Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999, p. 175-202.

EBC. **Missão, visão e valores**. 2007. Disponível em: http://www.ebc.com.br/institucional/sobre-a-ebc/o-que-e-a-ebc/2012/09/missao-visao-valores. Acesso em: 13 jun. 2018.

EMPRESÁRIO boliviano disputará presidência com Evo Morales pela terceira vez. La Paz: **O Estado de S. Paulo**, 2014. Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,empresario-boliviano-disputara-presidencia-com-evo-pela-3-vez-imp-,1514588>. Acesso em: 19 jul. 2018.

ENTMAN, Robert M. Framing US coverage of international news: contrast in narratives of the KAL and Iran Air incidentes. **Journal of Communication**, 41 (4), p. 6-27, Autumn 1991.

FARINELLI, V. Filha de general da ditadura, Matthei se lança como direita “light” na eleição chilena. Santiago: **Opera Mundi**, 2013. Disponível em: <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/perfis/30644/>. Acesso em: 19 jul. 2017.

FERREIRA, M. N. **Globalização e identidade cultural na América Latina**: a cultura subalterna no texto do neoliberalismo. 2ª ed. São Paulo: CELACC, 2008.

FREYRE, G. Americanidade e Latinidade da América Latina: crescente interpenetração e decrescente segregação. *In*: FONSECA, E. N. (Org.). **Americanidade e Latinidade da América Latina e outros textos afins**. Brasília: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2003. p. 17-34

GALEANO, E. **As veias abertas da América Latina**. Porto Alegre: L&PM, 2016.

GARGUREVICH, J. Comunicadores y Periodistas: necesidades de América Latina. *In*: PISAREK, ICAZA, A., GARGUREVICH (et. al). **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**. II época, enero, febrero, marzo de 1982. Quito: Editorial El Conejo, 1982.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

GODOY, J. M. **Uma mirada em dois projetos e concepções sul-americanas de TV pública digital. Análise comparativa entre TV Brasil e Canal 7 Argentina**. 2015. Iniciação Científica (Fapesp) – FAAC – Unesp, sob orientação Prof. Dr. Antônio Francisco Magnoni.

GODOY, J. M.; MAGNONI, A. F. . TV Brasil e Canal 7 Argentina no Pós-Eleitoral: Segundo Governo Dilma e Macrismo. In: **III Congresso Internacional Rede INAV / V Encuentro Latinoamericano de Narrativas Audiovisuales**, 2016, Bauru. O audiovisual contemporâneo: Mercado, educação e novas telas. Rosario: UNR Editora, 2016.

GOMES, I. M. M. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, I. M. M (Org). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

GRUPO GLOBO. **Princípios editoriais do Grupo Globo**. 2011. Disponível em: http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html. Acesso em: 12 de jun. 2018.

GUÉRIOS, P. R.. **As condições sociais de produção das lembranças**: um estudo da memória da imigração ucraniana ao Brasil.. Mana (Rio de Janeiro), v. 14, p. 367-398, 2008.

GUREVITCH, M., BLUMLER, J. G. A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

HALL, S. Codificação/Decodificação. In: **Da Diáspora**: Identidades e Mediações Culturais. Liv Sovik (Org.); Trad. Adelaide La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003, p. 365-381.

IANNI, Octavio. **La formación del estado populista en América Latina**. México: Era, 1975.

ITAMARATY. **República do Chile**. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2018. Disponível em:

<http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4923&Itemid=478&cod_pais=CHL&tipo=ficha_pais&lang=pt-BR>. Acesso em: 24 jul. 2018.

LAGE, N. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2006.

LAPSKY, I.; SHURSTER, K.; SILVA, F. C. T. da (Org.). I**nstituições na América do Sul** – caminhos da integração. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

LIMA, V. A. DE. Grande mídia vs. nova mídia na política brasileira. In: **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2001, p. 149-171.

MARCHAO, T. Mercosul impõe nova suspensão à Venezuela. São Paulo: **UOL**, 2017. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2017/08/05/reuniao-da-cupula-do-mercosul-decide-pela-suspensao-politica-da-venezuela.htm>. Acesso em: 24 jul. 2017.

MARLETTI, C. L'informazione tematizzata – Nuove teclogie dela comunicazione dei modelli giosnalistici. In: VV. AA. **Nuove tecnologie**: sociologia e informazione quotidiana. Milão: Angeli, p. 163-225.

MARTINS, S. T. A construção da notícia: sobre a influência da TV - e do Telejornalismo - no Brasil. In: **XIV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste**, 2009, Rio de Janeiro. Intercom Sudeste 2009 - Comunicação, educação e cultura na era digital, 2009.

MATOS, J. M. de B.; HAZIN, M. H. TV Pública do Brasil e a efetividade do direito fundamental à informação. In: **Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico**, 2008, Florianópolis. Anais do Congresso Latino-Americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico. Florianópolis: Editora Dom Quixote, 2008.

MELO, J. M. de. El exilio de Paulo Freire. Traducción de Luiz Gonzaga Motta. *In*: PISAREK, ICAZA, A., GARGUREVICH (et. al). **Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación**. II época, enero, febrero, marzo de 1982. Quito: El Conejo, 1982.

MENDONÇA, L. J. V. P.. América Latina: da desigualdade social à desigualdade econômica. **Argumentum** (Vitória), v. 1, p. 78-91, 2009.

MIDC. **Brasil e Argentina trabalham por um novo Mercosul mais integrado ao mundo**. Brasília: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, 2017. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/noticias/2285-brasil-e-argentina-trabalham-por-um-novo-mercosul-mais-integrado-ao-mundo>. Acesso em: 24 jul. 2018.

MIRES, F. **La rebelión permanente. Las revoluciones sociales en América Latina.** Ed. S XXi, 2001. p. 59-157.

MONASTERIO, L.; EHRL, P. **Colônias povoamento versus colônia de exploração:** de Heeren a Acemoglu. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Brasília: Ipea , 2015. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5320/1/td_2119.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2018.

MUSSE, C. F.; PERNISA, M. B. Telejornalismo e diversidade cultural: a TV pública e a construção de identidades. In: **8º Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em**

Jornalismo, 2010, São Luís. Anais... SBPJor - Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2010.

ORÉ, D. Perfil – Capriles tenta mais uma vez tirar a Venezuela do socialismo. **Reuters/G1**, 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/04/perfil-capriles-tenta-mais-uma-vez-tirar-a-venezuela-do-socialismo.html>. Acesso em: 19 jul. 2018.

ORO, A. P.; URETA, M. . Religião e política na América Latina: uma análise da legislação dos países. **Horizontes Antropológicos**, v. 27, p. 281-310, 2007.

PEREIRA, E. Bolivianos se tornam a segunda maior colônia de estrangeiros em SP. São Paulo: **Folha de S. Paulo**, 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2013/06/1295108-bolivianos-se-tornam-a-segunda-maior-colonia-de-estrangeiros-em-sp.shtm>. Acesso em: 24 jul. 2018.

PEREIRA, S. (Org.). **Sistema Público de Comunicação no Brasil**: as conquistas e desafios. Observatório do Direito à Comunicação, dez. 2009.

PERFIL: Bachelet ficou popular como ministra da Defesa. Brasília: **BBC Brasil.com**, 2006. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/reporterbbc/story/2006/01/printable/060116_bacheletperfilms.shtml>.Acesso em: 19 jul. 2018.

PERFIL/Daniel Scioli, o ex-atleta que pode virar presidente. **ANSA/UOL Notícias**, 2015a. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2015/10/23/perfildaniel-scioli-o-ex-atleta-que-pode-virar-presidente.htm>. Acesso em 19 jul. 2018.

PERFIL/Maurício Macri, o oposicionista conservador. **ANSA/UOL Notícias**, 2015b Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2015/10/23/perfilmauricio-macri-o-oposicionista-conservador.htm>. Acesso em: 19 jul. 2018.

PERFIL: Presidente da Bolívia Evo Morales. **BBC**, 2016. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-12166905>. Acesso em: 19 jul. 2018.

PIERANTI, O. P. Censura versus regulação de conteúdo: em busca de uma definição conceitual. In: MARTINS, P. E. M; SARAIVA, E.; PIERANTI, O. P. **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, p. 129-142.

PORTO, M. P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. A. (Org.) **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: EdUFBA, 2004. p. 73-104.

_____. A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo, **Cadernos do CEAM**, v. 2, n. 6, p. 11-32, 2001b.

REBOUÇAS, E. América Latina: um território pouco explorado e ameaçador para a TV Globo. In: BOLAÑO, C. R. S., BRITTOS, V.C. **Rede Globo 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005, p. 157-169.

REZENDE, G. J. de. **Telejornalismo no Brasil***:* um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, D. **América Latina**: a Pátria Grande. São Paulo: Global, 2017.

RODRIGO ALSINA, M. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **Identitats i comunicació intercultural**. Valencia: Ed., 34, 2000.

RONCAGLIOLO, R. El nomic: comunicación y poder. Percepciones Teóricas. In: MOTTA, B., RONCAGLIOLO, A (Org). Políticas Nacionales de Comunicación. **Revista Chasqui**. CIESPAL, n. 3, II época. Quito: El Conejo, Abril, Mayo, Junio de 1982.

SANT'ANNA, F. América Latina – um tema fora da pauta. Uma análise sobre o papel da mídia impressa brasileira no processo de integração latino-americana. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIC)**, n. 4 (3), 2006, p. 134-153.

SECOM. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf. Acesso em: 04 dez. 2016.

_____. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira**. Disponível em: <https://goo.gl/jyWDr6>. Acesso em 27 de jul. 2017.

SEMETKO, H. A.; VALKENBURG, P. M. Framing european politics: a content analysis of press and television news. **Journal of Communication**, 50 (2), p. 93-109, June. 2000.

SIMONSEN, R. C. **História econômica do Brasil**: 1500-1820. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2005, 589 p. (Edições do Senado Federal; v. 34).

TORMO, C. El derecho a la información. Entrevista. In: STEINSLEGER, J., SCHENKEL, P., ENCALADA, M. Informe MacBride, Democracía y Comunicación, Prensa Obrera y Sindical, Agencias Noticiosas. **Revista Chasqu**i. CIESPAL. n. 1, II época. Quito: El Conejo, 1981.

VEJA o perfil do sucessor Hugo Chávez, Nicolás Maduro. **Agência France-Press/ Correio Braziliense**, 2012. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2012/12/09/interna_mundo,338286/veja-o-perfil-do-sucessor-de-hugo-chavez-nicolas-maduro.shtml>.Acesso em: 19 jul. 2018.

VIZEU, A. E; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. E. (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

VOGEL, L. H. **A Comunicação Social na Constituição de 1988 e a concentração da mídia no Brasil**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013.

WEAVER, P. H. As notícias de jornal e as notícias de televisão. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993, p. 294-305.

WEBER, R.; WENCZENOVICZ, T. J. . Historiografia da imigração polonesa: avaliação em perspectiva dos estudos sobre o Rio Grande do Sul. **História Unisinos**, v. 16, p. 159-170, 2012.

WILLIAMS, R. **Televisão – tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.

WOLTON, D. **Elogio do Grande Público**. São Paulo: Ática, 1996.

Anexo I

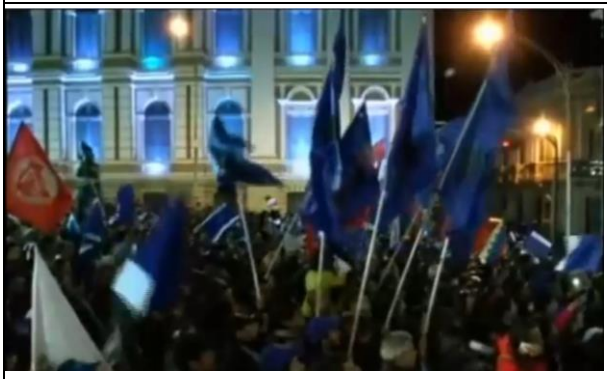
Característica da Imagem: Argentina no Repórter Brasil Noite

Plano médio Maurício Macri	Passagem Repórter
Comentarista político	

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo II

Característica da Imagem: Bolívia no Repórter Brasil Noite

Capa de jornal	Eleitor de Evo Morales
	
Comemoração dos favoráveis	Evo Morales
Usina de petróleo	Passagem repórter

Comentarista político

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo III

Característica da Imagem: Chile no Repórter Brasil Noite

Michelle Bachelet	Chilenos caminhando
Capa e leitores de jornal	Comemoração dos favoráveis

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo IV

Característica da Imagem: Venezuela no Repórter Brasil Noite

Capa de Jornal	Comemoração dos favoráveis
Protesto opositor	Henrique Capriles
Nicolás Maduro	Passagem repórter

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo V

Característica da Imagem: Pré-eleição/Argentina no Jornal Nacional

Painel Maurício Macri	Passagem repórter

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo VI

Característica da Imagem: Pós-eleição/Argentina no Jornal Nacional

Prédio Maurício Macri	Capas de jornais argentinos
Maurício Macri	Imagem + Discurso

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo VII

Característica da Imagem: Bolívia no Jornal Nacional

Fala vs Imagem [1]	Fala vs Imagem [2]
Imagem Evo Morales	Estatização do petróleo
Imagem + discurso	Passagem repórter

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo VIII

Característica da Imagem: Chile no Jornal Nacional

Chilenos nas ruas	Michelle Bachelet
Michelle Bachelet com apoiadores [1]	Michelle Bachelet com apoiadores [2]
Evelyn Matthei com apoiadores [1]	Evelyn Matthei com apoiadores [2]

Michelle Bachelet e Evelyn Matthei se cumprimentam	Passagem repórter

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.

Anexo IX

Característica da Imagem: Venezuela no Jornal Nacional

Jornais venezuelanos	Fila para votação na Venezuela
Seção eleitoral venezuelana	Henrique Capriles
Passagem Repórter	Casa Branca

Nicolás Maduro

Fonte: elaborado pela autora, 23 jul. 2018.