

Vecinos lejanos: as representações do Mercosul no Jornal Nacional

PICCININ, Fabiana
SELLI, Mariane.

RESUMO: Considerando um sistema informacional que opera de maneira desigual no mundo, este trabalho investiga os fluxos de informações assimétricos entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, assim como os reflexos destas operações no contexto de um bloco econômico constituído por países subdesenvolvidos. Para tanto, foram delimitados o Mercado Comum do Sul, Mercosul, e seus países membros para buscar verificar a situação atual dos fluxos entre países não hegemônicos, as maneiras com que são estabelecidas as trocas e o papel dos meios de comunicação – mais especificamente do jornalismo – enquanto fonte de informação referencial e legítima. Ou seja, se são repetidas na microesfera as circunstâncias da macrorealidade. A relação da teoria com a prática foi feita a partir de uma análise que combinou técnicas quantitativas e qualitativas, a fim de observar a construção da editoria internacional do *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão. Um programa cujo sinal atinge quase todo o território do país e, portanto, possui papel importante na construção da visão de mundo dos brasileiros.

Palavras-chave: Fluxos de informações no mundo. Fluxos de informações entre países. Jornalismo. Televisão. Representações.

INTRODUÇÃO

Com base em um sistema informacional que opera de maneira desigual no mundo, este trabalho investiga os fluxos de informações assimétricos entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, assim como o reflexo dessas operações no contexto de um bloco econômico constituído por países subdesenvolvidos. Compreender a maneira com que o Brasil, supostamente vítima de um sistema de *mão única*, coloca-se ao tratar de assuntos de países que, como ele, são economicamente fracos, manifesta-se como objetivo primeiro deste trabalho.

Para tanto, foram delimitados o Mercado Comum do Sul, Mercosul, e seus países membros para, por meio de sua representação num telejornal brasileiro, buscar verificar a situação atual dos fluxos entre países não hegemônicos e as maneiras com que são estabelecidas as trocas de notícias. Como objeto de estudo ficou estabelecido o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, devido às características do veículo televisão e do próprio programa.

Diante do objetivo proposto, definiu-se um procedimento metodológico que combinou técnicas quantitativas e qualitativas. A intenção é despertar a reflexão sobre as influências da mídia na visão de mundo das pessoas e sua capacidade de legitimar ou tornar real um

determinado assunto ou instituição, assim como a representatividade adquirida por determinados países por meio do jornalismo. Considera-se, ainda, que a presente investigação sirva como instrumento para esclarecer a necessidade de um fluxo equilibrado de informações, capaz de conferir ao telespectador aparatos para uma análise própria dos temas levantados pelos meios de comunicação. Situações que podem se converter, ainda, em cidadania e acesso à democracia.

1 FLUXOS DE INFORMAÇÕES E DESIGUALDADES

A comunicação no mundo moderno se destaca por sua característica global. Hoje, de acordo com Thompson (1998), diferentes mensagens são transmitidas a todos os lugares com significativa facilidade. Assim, indivíduos têm acesso a informações vindas de locais distantes, um fenômeno responsável pela constante reordenação do tempo e do espaço. As origens do processo reportam à expansão do comércio e a conseqüente necessidade de intercâmbio entre nações, mas Thompson garante, no entanto, que todas as formas de poder – econômico, político, coercitivo e simbólico – contribuíram para este processo ao mesmo tempo em que sofreram suas influências.

Por meio dos avanços tecnológicos, as mídias se tornam instrumentos da percepção humana ao oferecer diferentes experiências, transformando, assim, a estrutura cognitiva e a compreensão de mundo dos grupos sociais. Neste sentido, Franciscato (2002) aponta que o jornalismo combina a exploração da condição tecnológica favorável com o conhecimento do fazer jornalístico e, dessa forma, insere-se e institui-se como prática legítima. Tais mudanças criaram novos hábitos e práticas sociais nas relações comerciais, nas relações sociais e nas condutas de governos no exterior. As últimas décadas do século XIX e início do século XX foram fundamentais para a constituição de padrões e concepções sobre o jornalismo e para a institucionalização de práticas da atividade jornalística.

Neste cenário de desenvolvimento e avanço tecnológico traçado por Franciscato, outras questões, em diferentes instâncias, também floresciam. Como conseqüência de um processo de comercialização de notícias iniciado no século XIX e fortemente estudado e discutido a partir dos anos 70 do século XX, Somavía (1980) aponta que a maioria dos países de Terceiro Mundo está inserido em um sistema internacional cuja racionalidade opera em favor dos países desenvolvidos. Foram os franceses, seguidos pelos ingleses e alemães, que iniciaram o comércio de notícias em agências especializadas. Estes três países europeus foram, também, as sedes das primeiras agências de notícias (NEOTTI, 1986).

A primeira a se constituir é a Agência *Havas*, atual *Agence France Press* (AFP), fundada em 1835. Em 1849 nasce a alemã *Wolff* e, em 1851, a britânica *Reuters*. Por meio de uma série de alianças concluídas em 1870, a tríade européia divide o mundo em territórios ou esferas de influências. A lógica da divisão territorial – que, na prática, quer dizer que as três agências se comprometem a não divulgar notícias no "território" alheio – foi seguida por mais de meio século. No entanto, com o mesmo intuito comercial e por se sentirem lesados pelas agências européias, seis jornais nova-iorquinos se unem para criar, em 1848, a *Associated Press* (AP). Em 1907, também nos Estados Unidos, nasce a *United Press Associated* e, em 1909, a *International News Service*. Estas, no ano de 1958, se unem para formar a *United Press International* (UPI) (NEOTTI, 1986).

O aparecimento tardio das agências norte-americanas no cenário mundial não impediu que elas impusessem suas vontades, usando a doutrina do livre fluxo de informação para se impor. E conseguem, inclusive, colocar no artigo 19 dos Direitos Humanos, proclamados pela ONU em 1948, a liberdade de opinião e de expressão sem limites de fronteiras, estabelecidas pelo livre fluxo de informação. “A partir daí, em nome dessa liberdade, a AP, a UPI, a Reuters e a AFP manejam 75% do mercado mundial de notícias” (NEOTTI, 1986, p. 16).

No entanto, essa realidade é questionada apenas na década de 1970. A discussão surge entre os países não-alinhados¹, que sugerem que a comunicação de mão única cause problemas para a mútua compreensão entre as nações. As reivindicações recomendam o estabelecimento de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC), que constituiria, sobretudo, um espaço para a definição e construção de um sistema internacional mais livre, eficaz, justo, equilibrado e baseado em princípios democráticos.

As discussões aumentam e envolvem a Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, que cria, em 1977, uma Comissão Internacional de Estudos dos Problemas da Comunicação para realizar uma investigação global das dificuldades da comunicação na sociedade. O resultado dos estudos é publicado em 1980, em texto intitulado de relatório MacBride, no qual fica posta a questão do desequilíbrio dos fluxos dos despachos das agências, programas de televisão, filmes, equipamentos e outros produtos culturais (MATTELART, 2000), além de algumas teses elencadas por Neotti:

a) Um novo sistema de propriedade, que pede a ruptura dos sistemas monopolísticos

¹ O Movimento dos Países Não-alinhados foi formado por países em desenvolvimento após a Guerra Fria com o objetivo de criar um caminho independente no campo das relações internacionais. Além disso, eles pretendiam manter-se neutros e não se envolver em confrontos com as grandes potências formadas durante a Guerra Fria: o bloco capitalista liderado pelos EUA, e o socialista encabeçado pela URSS (MATTELART, 2000).

- do Estado e da Empresa privada, tanto das estruturas da Comunicação quanto dos recursos tecnológicos;
- b) Uma nova presença do público, com uma atitude e mecanismos de participação;
 - c) Um novo propósito, que é o serviço social, o bem comum, a defesa dos direitos populares;
 - d) Um novo comunicador, formado para prestar serviços à coletividade, e não aos interesses privados;
 - e) Um novo receptor, formado para discutir, discernir e participar;
 - f) Uma nova legislação nacional e internacional, orientada para a promoção e a garantia, não só do direito de opinar e de informar, não só do direito à segurança e à ordem pública, mas também orientada para a promoção e a garantia da participação dos membros da sociedade na gestão, uso e desfrute da Comunicação (NEOTTI, 1986, p. 37 e 38).

O relatório propôs também linhas de ação a serem seguidas para alcançar tais metas. No entanto, o principal resultado foi contrário ao objetivo do relatório. Com forte apoio do setor privado de mídia e de *lobbies*, os Estados Unidos lideraram uma contra-ofensiva nos pressupostos ditados pelo Relatório. O argumento usado por eles era de que os países menos desenvolvidos estavam tentando impor o controle da mídia e a extinção da liberdade de imprensa, embora este seja um ideal fortemente apoiado pela NOMIC (ALEGRE e Ó SIOCHRÚ, 2006).

Analisando o cenário de discussões promovido pela Nova Ordem, nos anos 70, Alegre e Ó Siochrú (2006) colocam que, pela primeira vez, o grupo estava munido de estrutura, justificativa e proposta consistentes e um conceito unificador: o direito de comunicar-se. Porém, segundo eles, a NOMIC teve vida curta porque o “acordo foi frágil: em vez de aproximar as partes, o processo apenas expôs o abismo entre elas e provocou tensão entre as posições.” (2006). A partir daí, a NOMIC e todos os seus propósitos começaram a cair.

Foi no início dos anos 80 que surgiu um termo para delimitar os fluxos a partir da fase de integração mundial. A globalização que pretendia instaurar um processo de unificação do campo econômico, conseqüentemente, caracterizou o estado geral do planeta em todas as suas dimensões. Ela representa, por isso, a padronização dos processos culturais, econômicos e sociais. A integração entre economias e sistemas de comunicação leva ao surgimento de novas disparidades entre países ou regiões e entre os grupos sociais. Em resumo, as novas formas de concorrência colocam os territórios em confronto (MATTELART, 2000).

Na América Latina, parte do continente americano em que estão localizados os países do Mercosul, a internacionalização da mídia vem aumentando desde o início da década de 1990, após as desregulações e privatizações. Os principais alvos são Brasil e Argentina. A investida dos grupos está no controle de ações e acordos operacionais. No Brasil, devido à inexistência de legislação específica, a televisão digital via satélite ficou nas mãos de megagrupos transnacionais (MORAES, 2004).

No mesmo sentido, McChesney (2004) afirma que um sistema de mídia quase que totalmente concentrado nas mãos de grandes interesses privados transgride, essencialmente, qualquer pressuposto de imprensa livre dentro da teoria democrática. Já Galeano (2006), coloca que, se de um lado, o mundo nunca foi tão desigual economicamente, de outro, nunca foi tão igualador com relação a idéias e costumes impostos em todos os lugares. Para ele, a consequência do poder concentrado nas mãos de poucos, é o silêncio e a incomunicação do restante do mundo. Ou seja, nunca uma economia mundial foi tão pouco democrática.

2 O MERCOSUL E A POSSIBILIDADE DE INTEGRAÇÃO MIMIADA

Segundo Andrade (2000), é em meio a um contexto de desordem que iniciam, nos anos 1980, os esforços para uma reintegração latino-americana. O Mercosul surge, então, como uma tentativa de união pautada no viés econômico, e, embora não tenha sido o primeiro investimento numa união permeada pela economia entre países da América Latina, foi a primeira aliança que, para além da união econômica, idealizava a livre circulação de bens, de pessoas, de serviços e de capitais (CORAZZA, 2005).

Desde a formação do Mercado Comum do Sul, autores trabalham com a possibilidade de promoção da integração dos países na dimensão cultural por meio de políticas regionais de comunicação. Lopes e Melo (1997), por exemplo, dedicaram uma obra para falar dos desafios propostos pelo processo de globalização ao Mercosul, em especial à articulação entre regiões cujas identidades histórica, culturais e econômicas se complementam a ponto de permitir a constituição de espaços relativamente homogêneos. Para eles, a adoção de uma política comunicacional é capaz de promover, a partir da ordem simbólica, a consolidação do bloco e o estreitamento das relações.

Melo (1997) considera a união dos quatro países para a formação do Mercosul fruto da superação de divergências históricas e da busca por caminhos inteligentes de integração e cooperação para enfrentar coletivamente as mudanças internacionais e garantir o desenvolvimento integrado da América Latina. A integração, segundo ele, representa a adoção de uma estratégia defensiva de países vizinhos para conquistar espaços no novo *mapa mundi*.

À revelia das considerações de Melo (1997), McAnany (1997) analisa a criação de políticas de comunicação como ferramenta para proteger a indústria local e promover a cultura do Mercosul e dos países membros. O primeiro passo a ser dado para a adoção de políticas regionais de comunicação é a avaliação de cada país componente do bloco sobre suas próprias capacidades para produção de programas de TV e de filmes. Tendo consciência

das possibilidades particulares, é possível, no caso de existirem algumas nações menores, criar estratégias para alcançar a auto-suficiência ou o estabelecimento de novos acordos para que recebam suporte dos países em melhores condições. O Mercosul representa, então, uma oportunidade para que as indústrias de comunicação regionais se expandam e os interesses nacionais públicos e econômicos sejam atendidos” (MCANANY, 1997, p. 129).

Um bom exemplo da falta de integração no âmbito simbólico a partir do suporte midiático é a pesquisa de Jacks, Machado e Müller (2001), que trata da representação da Argentina e dos argentinos na imprensa gaúcha e catarinense. Segundo elas, apesar do sentido de irmandade da palavra *hermanos*, o jornalismo sulino não costuma associar os argentinos a situações dignas de aprovação, admiração ou reconhecimento, e o sentido de rivalidade fica explícito e é revelado sem constrangimentos quando se trata de esportes. Nas demais situações, a palavra é empregada de forma ambígua e paradoxal. O termo é usado também para indicar os moradores dos demais países membros do Mercosul. Percebe-se, assim, que o discurso jornalístico alimenta e preserva as noções de desprezo, rivalidade e intolerância. Em última análise, é reforçada a idéia de não integração.

3 JORNALISMO E PRODUÇÃO DE SENTIDO

Constatada a desigualdade dos fluxos de informações no mundo, seus possíveis reflexos em contextos regionais e a desarticulação dos movimentos integracionistas provocada por esse sistema desequilibrado de trocas, agora, busca-se entender o papel dos meios de comunicação, e mais especificamente do jornalismo, enquanto produtor de sentido e representação. Ao perceber a importância alcançada pelo jornalismo enquanto meio de produção cultural, Berger (2002) descreve o que chama de poder atual da mídia:

um poder de produzir sentidos, projetá-los e legitimá-los, dando visibilidade aos fenômenos que conseguiram, em primeiro lugar, atrair os jornalistas. Um poder que advém da condição de mediação, ou seja, não só de estar entre, ou de intermediar as vozes do acontecido, mas de selecionar, enfatizar, interferir através de palavras e imagens na construção simbólica dos acontecimentos (2002, p. 282).

Sobre o funcionamento da linguagem como processo de construção simbólica e significação, Hall (1997) elabora o seguinte raciocínio: se a linguagem atribui sentido, os significados só podem ser partilhados pelo acesso comum à linguagem, que funciona como sistema de representação. Segundo Hall, é por meio do uso que fazemos das coisas – o que dizemos, pensamos e sentimos –, a maneira como representamos, que damos a elas significado.

O autor lembra ainda que o reconhecimento do significado faz parte da noção de nossa própria identidade, promovido pela sensação de pertencimento. O significado dos sinais, representantes de conceitos, idéias e sentimentos interpretados e decodificados de maneira semelhante, possuem significado compartilhado. Ou seja, a linguagem é um sistema de representação. Sendo assim, representar é usar a linguagem para dizer algo significativo ou representar o mundo de forma significativa a outrem. Representar é descrever ou retratar, junto a simbolizar e significar.

Portanto, ao possibilitar o acesso comum à linguagem, o jornalismo promove a decodificação – representação – compartilhada. Embora abstraia qualquer efeito gerado pela produção midiática e considere somente o fenômeno de intervenção, para Giddens (1997), a própria construção da identidade de cada pessoa é fruto da capacidade de as mídias transformarem o quadro de referência e tornarem uma mesma significação comum para indivíduos de diferentes locais. Dessa maneira, pensar a identidade e a cultura obrigam considerar o panorama da transnacionalização dos bens culturais, resultado da transnacionalização econômica, social e política. Ou seja, a construção da realidade social é feita muito mais pelas informações fornecidas pelas mídias do que por elementos locais.

Steinberger (2005), por sua vez, avalia de maneira crítica o discurso jornalístico. Para ela, todo discurso jornalístico é produzido com base em ideologias e crenças. Essa característica pode ter reflexos ainda mais significativos se considerarmos o jornalismo internacional e o papel desempenhado pelas agências de notícias. Cabe dizer, portanto, que a visão dos países sede dessas grandes empresas de informação é disseminada por todo o mundo juntamente com as notícias.

Todo discurso é imperfeito e incompleto. Selecciona, simplifica, organiza, faz que um século caiba numa página. O espaço e o tempo que o jornalista concede a um assunto podem exercer influência sobre o espaço que o público também dará ao assunto em sua vida, em suas conversas. Acontecimentos que só são tratados em notas, por exemplo, serão considerados também pelo leitor como de pouca importância (STEINBERGER, 2002, p. 88).

Para Jensen (1997), as notícias são um bom exemplo de como as mídias são instâncias mediadoras entre os domínios da vida pública e da vida privada. É a informação partilhada que cria o sentimento comum entre os indivíduos e o conseqüente pertencimento a uma mesma comunidade, ainda que de dimensões planetárias. Dentre as mídias entendidas aqui como suporte para veiculação das informações jornalísticas, a televisão se apresenta como o *mundo* dentro dos lares.

Ao analisar as mídias como articuladoras do processo de interligação mundial e expressões da globalização, Piccinin (2005) afirma que a televisão – e a notícia televisiva –, ao se tornar uma das principais fontes de interferência no cotidiano dos indivíduos e de suas experiências, traduz da melhor forma este processo. Segundo essa lógica, a idéia de mundo que os brasileiros têm é formada, essencialmente, a partir daquilo que é divulgado pelos telejornais em suas editorias internacionais. Nas palavras de Steinberger, “no plano internacional, por exemplo, a mídia tem o poder de construir a imagem de determinados países, governos, ou organizações junto à opinião pública ocidental” (2005, p. 210).

Trata-se de um espaço onde se organizam imagens dos países segundo suas relações com os Estados Unidos e as principais potências do mundo, ou segundo sua situação com respeito aos Direitos Humanos, ou ainda dependendo de seu grau de imunidade à crise econômica internacional (STEINBERGER, 2005, p. 212).

Segundo a autora, a geopolítica da imagem internacional recém descrita faz parte de uma estruturação ainda maior, que gerencia as relações sociais e o comportamento humano a partir da perspectiva de sua própria representação na mídia. É o que ela nomeia de *geopolítica da mídia* ou lógica social da mídia. Ao pensar a mídia como instrumento fundamental nos processos de reprodução social, Steinberger avalia a forma com que o processo se dá entre países subdesenvolvidos. Para ela, mesmo quando são executados movimentos de resistência política, os jornalistas não são capazes de se desvencilhar da colonização do pensamento ou o imperialismo epistemológico. No caso do Brasil, “o subdesenvolvimento informacional subordina-se ao subdesenvolvimento político” (2005, p. 220).

A discussão é retomada por Esperidião (2007) ao tratar da ausência de democracia na informação distribuída pelo mundo, responsável pela invisibilidade de certos assuntos e nações. Segundo ela, existe um consenso que determina que a disparidade dos fluxos de notícias em nível mundial é resultado do imperialismo nos meios de comunicação de grande abrangência. Isso se deve ao fato de que, por exemplo, as agências internacionais de notícias, responsáveis pela filtragem e distribuição das informações internacionais, continuam sendo as mesmas.

No caso da editoria de internacional enquanto prática jornalística, Natali (2004) afirma que nenhuma outra editoria recebe uma quantidade tão grande de informações quanto a internacional. No entanto, a maioria das matérias veiculadas nela não provém de repórteres da emissora presentes no local dos acontecimentos. As justificativas para a falta de equipes no exterior e o cômodo uso de materiais fornecidos por agências são muitas. A principal delas,

de acordo com Alcure (2005), é econômica: os custos para manter uma equipe em diferentes partes do mundo são cada vez mais altos.

Entretanto, as novas tecnologias de informação estão alterando as rotinas de produção jornalística e mudando drasticamente as práticas dos jornalistas pelo mundo. Elas conferem agilidade e rapidez ao processo e, assim, se encaixam nas exigências demandadas pela comunicação atual. Percebendo este processo, Esperidião (2007) avalia as transformações nos modos de produção e transmissão das reportagens internacionais possibilitada por novos *softwares* que conduzem a cobertura mundial e, em especial, o *kit-correspondente*, equipamento capaz de gravar e enviar reportagens pela internet, utilizado pela Rede Globo de Televisão desde 2001.

A Rede Globo de Televisão, por sua vez, é a emissora brasileira com maior infraestrutura jornalística fora do país e, como se observou, mostrou-se inovadora na busca por diferentes formas de transmissão de notícias internacionais. De acordo com Capparelli (2004, p.135), “desde os anos 1970, tem um quase monopólio da audiência no país”. Segundo dados da própria emissora (REDE GLOBO, 2008), entre geradoras e afiliadas, o grupo possui 121 emissoras e chega a 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros.

De acordo com Pereira Jr. (2001), a Globo tornou-se a maior rede de televisão nacional e a quarta maior rede de televisão do mundo. Em termos de *share* – o número de aparelhos de televisão ligados em determinado horário –, a emissora tem em média 74% de participação na audiência nacional no horário nobre, o que a torna líder disparada em audiência em relação às demais emissoras.

O telejornalismo sempre foi um importante foco de investimento da Rede Globo de Televisão. É por esta razão que, em toda a programação da emissora, seu noticiário televisivo sempre foi reconhecido por sua qualidade técnica, característica do Padrão Globo de Qualidade. O *Jornal Nacional* – o telejornal mais importante do grupo – surge como o primeiro telejornal em rede em 1969. Desde então, vai ao ar de segunda-feira a sábado, das 20h15min às 21h (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 17).

Além de correspondentes internacionais, o *Jornal Nacional* sempre contou com materiais de agências. Depois, a emissora decidiu instalar escritórios fora do Brasil. O primeiro foi em Nova Iorque, no ano de 1973, seguido por Londres, Paris, Buenos Aires e Colônia, na Alemanha. Em 1982 foi inaugurado um escritório em Washington, o segundo nos

Estados Unidos. A Globo se instalou ainda em Roma, no Oriente Médio e na China² (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

A Rede Globo torna-se, assim, uma porta-voz da cultura brasileira no exterior e traz ao país a visão do Brasil sobre os fatos ocorridos no resto do mundo. A emissora segue a lógica de uma transmissão sob o ponto de vista brasileiro mesmo ao utilizar imagens ou informações de agências de notícias³, como é prática até hoje. Além disso, a idéia de unir o país por meio do telejornal, juntamente com a abrangência de sinal, integra elementos estruturadores de uma simbologia de apuro e busca contínua pela informação na cobertura da Rede Globo de Televisão (BOLAÑO, 2004).

Quanto à cobertura da América Latina, a redação e o escritório da Rede Globo de Televisão em Buenos Aires ficam no bairro Recoleta, num dos quartos do apartamento de Ari Peixoto. O jornalista, responsável pela cobertura dos 33 países da América Latina, reside na cidade desde 2007 e trabalha praticamente sozinho – sua esposa, também jornalista e ex-produtora da *Globo News* (canal a cabo da Rede Globo, com notícias 24 horas no ar) ajuda-o na produção em regime de *free-lancer*. Da mesma forma, ele contrata por diária um repórter cinematográfico quando necessita de imagens.

A partir de agora, com base nos conhecimentos adquiridos por meio do caminho percorrido de pesquisas bibliográficas, parte-se para a aproximação da teoria com a prática. Para tanto, com a combinação de técnicas quantitativas e qualitativas, será feita a observação da editoria internacional do *Jornal Nacional*. A análise permitirá compreender a construção da editoria e as representações do Mercosul no telejornal.

4 O MERCOSUL NA TELA DO JORNAL NACIONAL

Passadas as etapas teóricas do trabalho, chegou-se à análise do objeto em si. Para tanto, foram gravadas as edições do *Jornal Nacional* e feitos os contatos com o correspondente internacional da Rede Globo de Televisão em Buenos Aires, Ari Peixoto, e enviadas para o repórter e para o editor-chefe da editoria de internacional do *Jornal Nacional*, Eric Hart, as questões por correio eletrônico.

² Hoje, a emissora possui cinco correspondentes nos Estados Unidos – Giuliana Morrone, Jorge Pontual, Lilia Teles e Roberto Kovalick em Nova Iorque e Rodrigo Alvarez em São Francisco –, Alberto Gaspar em Jerusalém, Ari Peixoto em Buenos Aires, Ilze Scamparini em Roma, Marcos Losekann em Londres, Pedro Bassan na China, e Sonia Bridi em Paris (JORNAL NACIONAL, 2008, <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,10405,00.html>).

³ Conforme Hart (2008), o telejornal recebe imagens da *Reuters* (Inglaterra), *APTN* (*Associated Press Television News*, dos Estados Unidos), *CNN* (*Cable News Network*, dos Estados Unidos) e *EBU* (*European Broadcasting Union*, da Inglaterra). Já os textos vêm da *Reuters*, *France Press* (França), *EFE* (Espanha), *AP* (*Associated Press*, dos Estados Unidos) e *Xinhua* (China).

Com relação à gravação, foram selecionados, para a análise do telejornal, programas correspondentes a um mês de exibição. Entre os dias 28 de abril e 28 de maio de 2008 foram gravadas, de segunda a sábado, todas as edições do *Jornal Nacional*, num total de 27 programas. A partir disso, dentro do telejornal, foram observadas todas as notícias internacionais distribuídas em seus diferentes blocos.

Por meio da análise quantitativa, viu-se que o tempo total de notícias nos 27 telejornais analisados foi de 16 horas, 18 minutos e 10 segundos. De todo este período, 4 horas, 13 minutos e 34 segundos, o equivalente a 25,9% da duração do telejornal, foram ocupados por notícias internacionais. Destas 4 horas de informações do exterior, apenas 10 minutos e 4 segundos, 4,21% do tempo de notícias internacionais e 1,09% de todo o telejornal, diziam respeito a acontecimentos dos países que, juntamente com o Brasil, compõem o Mercosul. Esse dado demonstra, portanto, que em um mês inteiro, os brasileiros tiveram acesso a apenas 10 minutos de informações sobre os vizinhos Uruguai, a Venezuela, Argentina e Paraguai.

Percebe-se, portanto, que embora o *Jornal Nacional* dedique um espaço considerável para as informações de mundo, não significa que notícias sobre os países vizinhos sejam contempladas no programa. Da mesma forma, os brasileiros recebem mais informações sobre países hegemônicos, porém geograficamente distantes e sem um bloco econômico que os una, do que sobre seus parceiros de Mercosul. Outro dado de extrema relevância para o presente trabalho é que, no período de um mês – de 28 de abril a 28 de maio – a denominação Mercosul não apareceu em nenhum momento. Nota-se, assim, que as notícias sobre os países do bloco surgem independentes do Mercado Comum do Sul.

Já a análise quantitativa, organizada a partir da categorização das notícias⁴ (elaboradas de acordo com o formato em que iam ao ar) correspondentes aos 10 minutos e 4 segundos de informações sobre os países do Mercosul presentes em um mês de *Jornal Nacional*, permitiu as seguintes constatações: as notícias sobre os países do Mercosul aparecem, geralmente, no formato de notas⁵. São pautadas apenas crises econômicas (as quais surgem descontextualizadas e independentes do bloco econômico), catástrofes naturais, violência⁶ e esportes; a presença do correspondente internacional não é suficiente para atender a demanda

⁴ Nos 27 programas, foram ao ar seis notas peladas, seis notas cobertas, duas matérias e 15 citações (matérias de assuntos diversos em que os países membros do Mercosul, por alguma razão, eram citados; é o caso de resultados de futebol e previsão do tempo).

⁵ Notas peladas são notícias lidas pelo apresentador sem o uso de imagens ou entrevistas; notas cobertas são notícias cujo texto inicial é lido pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens fornecidas pelo correspondente internacional ou por agências de notícias (SQUIRRA, 1993).

⁶ O Paraguai, por exemplo, foi notícia apenas em 17 de maio. Uma nota pelada tratava do caso de uma menina paraguaia mantida em cárcere privado pela babá.

de notícias e, dessa forma, o telejornal depende de informações fornecidas por grandes agências de notícias⁷ e de seu olhar sobre os acontecimentos regionais; o *Jornal Nacional* investe mais na cobertura de países economicamente fortes e privilegia os acontecimentos destes.

Além disso, embora Eric Hart e Ari Peixoto afirmem que qualquer notícia referente ao Mercosul interesse ao telejornal, mostrem-se favoráveis a uma cobertura equilibrada, cientes da importância de acesso às informações de nossos países vizinhos e acreditem que a cobertura feita pelo *Jornal Nacional* sobre o bloco é suficiente para que o brasileiro entenda como funciona e para quê serve o Mercosul, a pesquisa mostrou que as notícias, de fato, não cumprem rigorosamente esse propósito. Na verdade, o único país que ganha algum espaço – mesmo que discreto – entre as notícias internacionais é a Argentina. Como se ela fosse o único país com alguma força política e econômica do bloco.

Cabe dizer, portanto, que o subdesenvolvimento econômico e político redundou, de fato, no subdesenvolvimento informacional. Aspectos que repercutem no não acesso à democracia e na não inserção dos países subdesenvolvidos no jornalismo internacional, cujas conseqüências, por sua vez, também são verificadas na ausência de trocas comerciais e culturais. Para além do que foi percebido a partir do acompanhamento do telejornal, ao pensar os reflexos dos fluxos desiguais de informação, significa que informações desterritorializadas ameaçam o processo democrático.

A partir do momento que o brasileiro tiver acesso não só às questões econômicas – geralmente negativas – dos países vizinhos, mas também à cultura e às diferentes características que tornam os países, inclusive, parecidos, um sentimento de identificação e pertencimento poderia contribuir para a integração do bloco, neste caso, especialmente em nível simbólico. Seria uma possibilidade para contornar o distanciamento existente entre países fronteiriços. Assim, seriam estabelecidas diretrizes para a integração e respeito necessários para que um Mercado Comum exista e funcione de fato. Como reclamou Melo (1997), está na hora de se desenvolver programas integrados de formação de recursos humanos, com projetos que incluam intercâmbio universitário, colóquios profissionais, pesquisas conjuntas e Mercosul. Parcerias capazes de, aos poucos, contornar o que o autor chama de “mútua ignorância sobre o pensamento comunicacional gestado no âmbito do Mercosul”. E para o pontapé, nada mais eficiente do que utilizar do poder integrador e disseminador da mídia.

⁷ Das seis notas cobertas sobre os países do Mercosul, três utilizam imagens fornecidas por agências de notícias.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Antonio de. América Latina: em busca das raízes esquecidas. In: REIMÃO, Sandra (Org.) *Televisão na América Latina: 7 estudos*. São Bernardo do campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2000. p. 11-25.

ALCURE, Lenira. Editoria Internacional: o mundo e nós na TV. In: RODRIGUES, Ernesto (Org.). *No próximo bloco...: o jornalismo brasileiro na TV e na internet*. Rio de Janeiro: PUC – RJ, 2005. p. 164-181.

ALEGRE, Alan; Ó SIOCHRÚ, Seán. Direitos da comunicação. *Vecam*, 6 mar. 2006. Disponível em: <<http://www.vecam.org/article672.html>>. Acesso em: 18 mar. 2008.

BOLAÑO, César. Mercado brasileiro de televisão, 40 anos depois. In: BRITTOS, V. C.; BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.) *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005. p. 19-34.

CAPPARELLI, Sergio; LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.

CORAZZA, Gentil. O Mercosul e os desafios da integração Latino-Americana. In: *Redes / Universidade de Santa Cruz do Sul*. Vol. 10, n. 2 (maio/agosto 2005). Santa Cruz do Sul: Editora da UNISC, 2006. p. 9-20.

ESPERIDIÃO, Maria Cleidejane. A era do "kit-correspondente": tendências da cobertura internacional no telejornalismo brasileiro. *Estudos*, revista semestral do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. n. 10. p. 79-93, jul./dez. 2007.

FRANCISCATO, Carlos. *A fabricação do presente*. Aracaju: Universidade Federal do Sergipe, 2002.

GALEANO, Eduardo. A caminho de uma sociedade da incomunicação? In: MORAES, Denis (Org.) *Sociedade Midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 149-154.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade pessoal*. 2. ed. Celta, 1997.

HART, Eric. *Monografia – Entrevista* [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <marianeselli@yahoo.com.br> em 10 jun. 2008.

JACKS, N.; MACHADO, M.; MULLER, K. Hermanos, pero no mucho: o jornalismo narra o paradoxo de fraternidade e rivalidade entre Brasil e Argentina. *Universidade Federal do Rio Grande do Sul*, 2001. Disponível em: <www.ufrgs.br/midiatica/textos/11_livro%20%20PPGCOM%20.%20HERMANOS.doc>. Acesso em: 6 abr. 2008.

JENSEN, Klaus B. La política del multisignificado. In: GÓMEZ, Guillermo Orozco. *Hablan los televidentes*. México: Universidade Iberoamericana, 1992.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. MELO, José Marques de. *Políticas regionais de comunicação: os desafios do MERCOSUL*. In: _____. *Políticas regionais de comunicação: os desafios do Mercosul*. Londrina: INTERCOM: Ed. da UEL, 1997. p. 35-43.

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.

MCANANY, Emile. Nafta e livre comércio: sinal aberto para a televisão do Mercosul. In: LOPES, M. I. V.; MELO, J. M (Orgs.). *Políticas regionais de comunicação: os desafios do Mercosul*. Londrina: INTERCOM: Ed. da UEL, 1997. p.115-129.

MCCHESENEY, Robert W. Mídia global, neoliberalismo e imperialismo. In: MORAES, Denis de (Org.). *Por uma outra comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 217-242.

MELO, José Marques de. *As Telenovelas da Globo: Produção e Exportação*. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

_____. *Desafios comunicacionais no Mercosul: Globalização e multiculturalismo são aspectos que colaboram para ampliar as relações culturais entre os países do Cone-Sul*. Congresso de Relações Públicas e o Mercosul. Instituto Uruguaio de Relações Públicas. Montevideo, 29 out. 1997. Disponível em: <comueduc.incubadora.fapesp.br/portal/periodico/comunicacao-educacao-no-13/artigos-nacionais/1303.pdf>. Acesso em: 6 abr. 2008.

MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional*. A notícia faz história. Jorge ZAHAR editor: Rio de Janeiro, 2004.

MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: _____ (Org.). *Por uma outra comunicação*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 187-216.

NATALI, João Batista. *Jornalismo internacional*. São Paulo: Contexto, 2004.

NEOTTI, Clarêncio. *A nova ordem mundial da informação e da comunicação (NOMIC)*. Petrópolis: Vozes, 1986.

PEIXOTO, Ari. *Monografia – Mercosul* [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <marianeselli@yahoo.com.br> em 5 jun. 2008.

PEREIRA JR., Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. 2. ed Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

PICCININ, Fabiana. Produção de notícias em dois mundos: o nesmaking no telejornalismo português e brasileiro. *Sessões do imaginário*. , v.13, 2005. p. 121-132.

REDE GLOBO. Desenvolvido pela Rede Globo. Apresenta informações institucionais, programação e área de atuação. Disponível em: <<http://redeglobo3.globo.com/institucional/>>. Acesso em: 10 mai. 2008.

SOMAVIA, Juan. A estrutura transnacional do poder e a informação internacional: elemento para a definição de políticas face às agências de notícias. In: MATTA, Fernando Reyes (Org.) *A informação na nova ordem internacional*. v. 3. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980. p. 31-51.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. *Aprender o telejornalismo: produção e técnica*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

STEINBERGER, Margarethe Born. *Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: EDUC, 2005.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.