



## A notícia no contexto do Mercosul - Um estudo de caso da referencialidade Brasil-Uruguai na mídia *online*

*The news media in the context of Mercosur - A case study of the references between Brazil and Uruguay in the online media*

*La noticia en el contexto del Mercosur - Un estudio sobre la referencialidad Brasil-Uruguay en el periodismo en Internet*

Jandré Corrêa Batista <sup>1</sup>

Anelize Maximila Corrêa <sup>2</sup>

**RESUMO** O presente trabalho se propõe a apresentar um estudo preliminar das referências entre Brasil e Uruguai na mídia online. Para tanto, foram estudados durante o período de uma semana as notícias publicadas no principal corpo informativo dos sítios *elpais.com.uy* e *zerohora.clicrbs.com*. À luz da perspectiva do *newsmaking*, mostra-se que, tendo como base a ausência de um agendamento midiático expressivo e a falta valores-notícias que conectem o Brasil ao Uruguai e vice-versa, a agenda pública dificilmente incorpora/apresenta elementos que propiciem uma efetiva integração regional.

**PALAVRAS-CHAVE** Jornalismo; *Newsmaking*; Mercosul.

**ABSTRACT** This paper aims to present a preliminary study about the references between Brazil and Uruguay in online media. For that, we had studied during the period of one week the news published in the main body of the informative sites of *elpais.com.uy* and *zerohora.clicrbs.com*. Considering the perspective of *newsmaking*, the results show that the public agenda rarely receive elements that provide an effective regional integration.

**KEYWORDS** Journalism; *Newsmaking*; Mercosul.

**RESUMEN** Esta ponencia tiene como objetivo la presentación de un estudio preliminar acerca las referencias entre Brasil y Uruguay en el periodismo en Internet. Para tanto, fueron analizadas, durante una semana, las noticias publicadas en el cuerpo principal de los sitios informativos de *zerohora.clicrbs.com* y *elpais.com.uy*. Con base en la perspectiva del *newsmaking*, se muestra que, considerando la ausencia de un agendamiento expresivo y la falta de valores-noticia que conecten Brasil con Uruguay (y viceversa), la agenda pública dificilmente presenta elementos que proporcionan una efetiva integración regional.

**PALABRAS CLAVE** Periodismo, *Newsmaking*, Mercosur.

---

1 Mestrando em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel, 2009), com período de estudos na Universidad Católica del Uruguay (UCU). Bolsista de mestrado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). End. Elet. [jandrech@gmail.com](mailto:jandrech@gmail.com)

2 Doutora em Direito pela Universidad de Buenos Aires (UBA, 2009), mestre em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos, 2005), bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel, 1992). Docente dos cursos de Direito das Universidades Católica e Federal de Pelotas (UCPel e UFPel), atuando nas disciplinas de Direito Internacional Público e Direitos Humanos. End. Elet. [anelizedip@yahoo.com.br](mailto:anelizedip@yahoo.com.br)

## Introdução

Tendo o reconhecimento do jornalismo como espaço de construção da realidade social (VIZEU, 2007), o presente trabalho busca explorar as representações no âmbito do Mercosul a partir de uma micro-análise das formas de referenciação de dois periódicos atuantes em um contexto privilegiado de proximidade cultural e geográfica. Em uma perspectiva indutiva, para a compreensão do papel da mídia jornalística aos processos de integração no Mercosul, toma-se como foco os sítios *online* do jornal El País ([elpais.com.uy](http://elpais.com.uy)), com sede em Montevideú/Uruguai, e do jornal Zero Hora ([zerohora.clicrbs.com.br](http://zerohora.clicrbs.com.br)), de Porto Alegre/Rio Grande do Sul/Brasil. Como um ambiente favorável para a intersecção midiática, o recorte regional foi selecionado em função dos elementos culturais e de formação histórica que ligam o Uruguai ao Rio Grande do Sul.

Posto que os propósitos do Mercado Comum do Sul (Mercosul) vão mais além da integração econômica, a motivação deste trabalho, em uma investigação experimental preliminar, é averiguar a referencialidade ao Brasil na mídia *online* uruguaia e vice-versa, a partir de algumas considerações à luz da hipótese do *newsmaking*. Selecionou-se a mídia *online* como foco de estudo por critérios de convergência midiática e irrestricção locativa de acesso à informação.

Para chegarmos à análise, passamos primeiramente por um percurso de um caráter mais histórico sobre a formação do MERCOSUL, com base em Corrêa (2009) e Barbosa (1991), almejando mostrar os esforços constantes em se promover uma efetiva integração latino-americana. Em seguida, traça-se algumas considerações sobre o papel/a atuação da mídia, no contexto do Mercosul a partir de Picinnin e Selli (2008), em estudo sobre o jornal Nacional, da TV Globo, em contraste com

a realidade da comunicação midiática de fronteira, em Muller (2001). Em um segundo momento, explora-se algumas hipóteses contemporâneas da pesquisa em comunicação sob a perspectiva do emissor, com base em Hohlfeldt (2003), Traquina (2004), Pena (2006), Brum (2003) e Wolf (1999).

Por fim, apresenta-se um estudo da referencialidade entre Brasil e Uruguai a partir da análise de 980 notícias publicadas no Jornal Zero Hora *online* e 587 hospedadas no *site* do El País. Os resultados indicam a insuficiência de critérios de noticiabilidade, entre os dois veículos, que propiciem a construção de uma visão de mundo regionalmente integrada – não favorecendo, assim, a consolidação do bloco.

## O Mercosul

Os antecedentes dos esforços libertários de uma integração latino-americana remontam aos ideais de Simon Bolívar (1783-1830), revolucionário que atuou no século XIX pela independência e integração de vários territórios da América Espanhola. Dos ideais de Bolívar à contemporaneidade, a questão da integração no contexto da América Latina se deu mais no sentido mercadológico do termo. Nesse ínterim, o Mercado Comum do Sul (Mercosul) é um dos avanços – ainda que incipiente quanto ao seu desenvolvimento e concretizações – que caminha para a consolidação de alguns desses ideais.

Na década de 1960, do Tratado de Montevideú nasceu a Associação Latino Americana de Livre Comércio (ALALC), inicialmente formada por Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai, Chile, México e Peru, e em seguida ampliada pela adesão de Colômbia, Equador, Venezuela e Bolívia. A associação, substituída duas décadas após pela criação da ALAID, teve como propósito o estabelecimento de um mercado comum de livre comércio na região. Criada no contexto do pós-



Segunda Guerra Mundial, a Associação visava a conformação de seus mercados internos e a fixação de rotas comerciais locais, questão nunca significativamente explorada pelos estados signatários (BARBOSA, 1991). Diferentemente dos problemas enfrentados na Europa no mesmo período, o mote não era a reconstrução dos mercados internos e a recondução de vínculos regionais de comércio.

Para dar continuidade à ALALC, em 1980, os mesmos Estados-parte formam, com o Tratado de Montevideu, a Associação Americana de Integração (ALADI). Ainda que buscasse a sinergia de seus Estados-membro com vistas à integração, ao desenvolvimento econômico e social, inexistia uma série de pontos cruciais no Tratado, essenciais quando se versa sobre esses temas (CORRÊA, 2009). Esses esforços seriam os primeiros rascunhos do que mais tarde daria origem ao Mercosul.

O bloco Mercosul nasceu por meio da confluência bilateral entre Argentina e Brasil, aproximação celebrada, após o fim do período ditatorial em ambos países, pela Declaração de Iguazu, em 1985. O acercamento Brasil-Argentina desencadeou o compromisso dos dois países com uma série de documentos, como o Tratado de Integração, Cooperação e Desenvolvimento, de 1988. O avanço nas tratativas bilaterais oportunizou um meio de integração ao Uruguai e ulteriormente ao Paraguai, na ocasião do Tratado de Assunção, em 26 de março de 1991. O Tratado de criação do Mercado Comum do Sul/ Mercado Común del Sur foi reiterado pelo Protocolo de Ouro Preto, em 1994, conferindo personalidade jurídica internacional à Associação.

O Mercosul surge, portanto, em um contexto de reabertura democrática de seus Estados partes, como uma segunda via de tratamento, em uma perspectiva Sul-Sul, em relação à questão da globalização. Esses esforços, no entanto, ainda

não encontram efetiva aplicação no contexto contemporâneo, conforme ressalta Corrêa (2009, p. 176):

En el Mercosur (...) vivimos un período de un gradual y oscilante aumento de restricciones establecidas tanto en lo que se refiere a la libre circulación (...). El descrédito de las sociedades, las posturas proteccionistas, la desconfianza en el vecino, el establecimiento de órganos sin gran poder decisorio, la falta de voluntad política de estos Estados en incorporar las normativas creadas (...). (...) para concretización de una ciudadanía común, es necesario que los propios ciudadanos transformen la forma como se da su percepción del extranjero oriundo de otro Estado del Mercosur (...)( CORRÊA, 2009, p. 176).

A aceitação do estrangeiro no contexto nacional, um paradigma-objetivo quando se fala em processos de integração, de acordo com Corrêa (2009), dar-se-ia quando da internalização dos princípios do *corpus iuris* do Direito Internacional dos Direitos Humanos por parte dos Estados Partes do Mercosul – o qual prevê o acesso irrestrito ao exercício da cidadania independentemente do *locus* de estada ou de origem –, mas principalmente pela assimilação desses preceitos pelos indivíduos que compõem essas sociedades. A comunicação midiática, nesse sentido, teria a contribuir ou a negar o fortalecimento dos processos de aproximação no bloco. Para chegar a um processo de integração que vá mais além do aspecto econômico percebe-se, portanto, a necessidade de uma aceitação social mútua: a motivação das comunidades por uma efetiva integração, o que demandaria o (re)conhecimento do outro para além de suas circunscrições:

questão fundamentalmente arraigadas ao acesso à informação. “A partir do momento que o brasileiro tiver acesso não só às questões econômicas – geralmente negativas – dos países vizinhos, (...) um sentimento de identificação e pertencimento poderia contribuir para a integração do bloco” (PICCININ e SELLI, 2008, p.11).

Como nos ressalta Muller (2001, p. 12), em estudo sobre a mídia de fronteira de Uruguai-Rio Grande do Sul e Rio Grande do Sul-Argentina, os jornais fronteiriços se sentem na obrigação de noticiar os fatos da realidade de fronteira, ou seja, “aos povos que ocupam o espaço local, (...) membros das nações que habitam a fronteira, de modo a dar visibilidade a ambos os lados”. Os lados citados pela autora chegam a mesclar-se em um tratamento midiático particular. Muitas vezes não há divisão, a ponto da construção linguística englobar expressões idiomáticas do país vizinho. No entanto, mesmo com as peculiaridades de fronteira, no caso do Rio Grande do Sul, ainda que centenas de milhares estejam diretamente vinculadas às condições políticas, sociais e econômicas dos países limítrofes (e vice-versa), a atuação midiática em sentido de integração parece se restringir à realidade de fronteira, conforme se assume nos resultados que mais tarde serão aqui apresentados.

Em estudo sobre as representações do Mercosul na seção Internacional do Jornal Nacional, da TV Globo, Piccinin e Selli (2008) verificaram que, durante um mês (28 de abril a 28 de maio de 2008), apenas 10 minutos da programação do veículo foi destinada aos países Uruguai, Argentina, Paraguai e Venezuela. A menção ao Mercosul não foi registrada: a referência a esses países se deu de forma individualizada. A falta de um agendamento de temas concernentes ao Mercosul e o tratamento descontextualizado dado às notícias confirmam o desserviço da mídia jornalística aos processos de

integração regionais.

Ainda que a realidade de fronteira possa ser uma emblema dos propósitos do Mercosul, ressaltando-se uma verdadeira integração: idiomática, identitária, midiática comercial e cultural, o presente trabalho busca explorar como se dá essa relação de proximidade quando a mídia se centra em áreas metropolitanas, a poucas centenas de quilômetros das linhas divisórias: não tão próximo aos espaços ambíguos de fronteira, nem expressivamente distante como no caso do Jornal Nacional. Para estudar a perspectiva da integração no âmbito do Mercosul, explorando o papel da comunicação nesse contexto, faz-se necessário apresentar, brevemente, os preceitos norteadores da hipótese do *newsmaking*, a fim de apresentar subsídios para a compreensão dos critérios de noticiabilidade que resultam da relação de referencialidade na mídia *online* dos meios em análise.

### **A perspectiva do emissor: Do *gatekeeping* ao *newsmaking***

Da vida comunitária à sociedade anônima (HOHLFELDT, 2003), o processo de evolução das sociedades tornou necessária a emergência de meios que garantissem o acesso à informação em um contexto social expansivo. Dispersos geograficamente e não mais capazes de se reconhecerem em seu entorno como no contexto primitivo, os sujeitos sociais criaram meios de se situar no tempo e no espaço. Sendo o indivíduo-anônimo, pela limitação de seus sentidos, consideravelmente alheio aos acontecimentos do mundo, o surgimento de meios de comunicação massivos (rádio, TV, mídia impressa e mais recentemente a Internet) passou a se tornar uma questão vital nos processos de informação e comunicação das sociedades.

A necessidade de saber em par com a impossibilidade de onipresença – acesso direto



aos acontecimentos – concedeu aos meios de comunicação de massa uma condição privilegiada de mediadores da realidade: o poder de atribuir o status de notícia. Interesse público, relevância e atualidade são algumas das abstrações baseadas na percepção e nos critérios de seletividade desses meios. Em face ao poder de tematização dos meios massivos, o estudo dos efeitos atua para a compreensão de como a mídia influenciaria a formação da opinião pública.

A pauta das conversas interpessoais é sugerida pelos jornais, televisão, rádio e internet, propiciando aos receptores a hierarquização dos assuntos que devem ser pensados/falados. A realidade social passa a ser representada por um cenário montado a partir dos meios de comunicação de massa (BRUM, *online*).

Dentre as hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação, formaliza-se, a partir do final da década de 1960, uma linha de investigação a respeito do poder de tematização do jornalismo em relação à constituição da agenda pública. Proposta por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972), uma das abordagens que dá conta dos efeitos da agenda midiática é a chamada hipótese do agendamento (*agenda-setting*). A perspectiva postula que a atuação da mídia jornalística de massa, por seus critérios de seletividade em se atribuir a um fato a condição de notícia – e de quanto se conceder de espaço para a sua veiculação, entre outras intervenções editoriais –, acarretaria uma transferência temática da agenda midiática à agenda pública, em decorrência da apresentação de um panorama, naturalmente limitado, sobre o que debater, opinar, pensar, preocupar-se.

Ao contrário do que defendia, no século XIX,

a primeira sistematização teórica do jornalismo, a Teoria do Espelho (a notícia como reflexo da realidade), a mídia teria, portanto, uma capacidade de projeção seletiva da realidade à sociedade. “[Os discursos] submetidos a uma série de operações e pressões sociais constituem o que o senso comum das redações chama de notícia. A imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la” (PENA, 2006, p.128).

Outra abordagem de estudo nessa linha, mas com uma ênfase no processo de produção das notícias, é a perspectiva do *newsmaking*. A hipótese trata especificamente de uma teorização sobre o fazer jornalístico. Mais como uma sociologia das profissões (WOLF, 2003), a *newsmaking* coloca em relevo o emissor, o profissional da comunicação e seus critérios de noticiabilidade. Busca, assim, compreender o papel de mediação do profissional da informação, em todo o processo de produção informacional (identificação, edição, distribuição etc.), quando da conversão da realidade social à narrativa jornalística: “os aspectos de rotina” referentes ao processo de produção de notícias. Foca-se, assim, no entendimento dos critérios de conversão de elementos da realidade social ao *status* de notícia.

Distante das abordagens ideológicas que marcaram “a primeira fase” dos estudos em comunicação, a hipótese é centrada nos recorrentes procedimentos de rotinas dentro das redações. Remete à idéia do *gatekeeping* em associação ao jornalismo – sobre a existência de uma triagem subjetiva para um fato ostentar o status de notícia. A realidade das redações também seria marcada por diversas decisões seqüenciais: o fluxo de notícias passaria pelo crivo de vários *gates* (portões) para ser veiculado. Se a avaliação do jornalista for positiva, a fase do portão é superada, e a notícia alcançaria a sua publicação; caso negativo, o

seu avanço é impedido e “enterrado” enquanto notícia. A notícia não será publicada, ao menos naquele órgão de imprensa (TRAQUINA, 2004). Essa filtragem, conforme ressalta Hohlfeldt (2003), distinguir-se-ia da censura: a prática distancia-se da ideologia, sendo percebida igualmente nos dois extremos do espectro político, para aproximar-se mais propriamente das rotinas produtivas de um jornal.

O surgimento da hipótese de estudo remonta ao clássico estudo de David White (1950) sobre os critérios de seleção de notícias de um *gatekeeper* de um periódico estadunidense de médio porte. Tendo como objeto de estudo os fluxos de informação no órgão de imprensa, o autor averiguou que um número significativo de notícias que chegavam à redação não ultrapassava o crivo do jornalista responsável pela triagem. A avaliação: entre as 1.333 recusas à publicação, 800 foram por alegação de falta de espaço, 300 por presumido desinteresse público ou por questão de hierarquização da informação, 200 pela baixa qualidade dos textos recebidos pelas assessorias e 22 por alegação de afastamento do núcleo de interesse dos leitores do jornal. O autor conclui, assim, que os critérios de publicação ali aplicados convertiam apenas – aproximadamente – 10% das informações recebidas às páginas da edição subsequente (HOHLFELDT, 2003).

O estudo revelou que, mais além da visão poética da perspectiva do espelho, as notícias não se configuram por imposição da realidade. As páginas dos jornais não seriam então reflexos absolutos dos fatos, mas sim versões destes – “ficções” em analogia a Geertz (2003). David White foi o primeiro a transpor o conceito de *gatekeeper* ao jornalismo. O *gatekeeper* seria o indivíduo levado a tomar várias decisões em seqüência, admitindo e rechaçando alternativas. O conceito foi introduzido por Kurt Lewin, em 1947, sobre preferências de consumo

para o lar (ROBERTS, 2005).

As considerações de White revelam que a ação individual do jornalista se mostrou arbitrária e subjetiva. Baseou-se nas características e experiências pessoais do jornalista e a sua expectativa em relação ao seu público. Assim, a perspectiva do *gatekeeper* caminha por um viés microsociológico. Ao nível do indivíduo, a abordagem enfatiza o produtor das notícias. A perspectiva do *gatekeeping* ressalta, portanto, uma função burocrática de motivação psicológica, cuja aplicação à compreensão dos processos de comunicação e informação limitaria o trabalho jornalístico ao minimizar outras dimensões importantes do processo de produção de notícias – assumidos, então, pela hipótese do *newsmaking*.

Estabelece-se, assim, filtros de relevância jornalística que irão conferir ou não critérios de noticiabilidade para um fato ser convertido em notícia. Para formar a noticiabilidade, incluem-se os valores-notícia. A identificação destes munirá o profissional a tomar a decisão na triagem do que é relevante ao público. Entre os valores-notícias – praticamente incontáveis e diluídos em todo o processo de produção –, encontram-se cinco macro-categorias, segundo definição de Vizeu (2007). A saber: 1) Categorias substantivas (critérios de importância e interesse, relacionados ao fato em si e aos personagens envolvidos); 2) categorias relativas ao produto (referentes à disponibilidade e à configuração do produto midiático, como atualidade, brevidade e qualidade técnica); 3) categorias relativas aos meios de informação (adaptação ao suporte da informação, como frequência, continuidade e formato), 4) categorias relativas ao público (protetividade, identificação com o tema e as personagens, atendimento às necessidades básicas de informação) e 5) categorias relativas à concorrência (como exclusividade, furo,



expectativas recíprocas etc.).

Vizeu (2007) esclarece ainda que há uma hierarquia e uma variação entre os valores-notícias. Pela limitação temporal imposta ao jornalista para a produção de seu trabalho, seria impossível verificar todos os critérios. Alguns, em grandes linhas, sempre seriam considerados relevantes, mas a quantidade de valores-notícia e a combinação entre eles variariam de situação para situação. Como se percebe, a construção da noticiabilidade se daria pela conciliação de diversos elementos, cujo grau de pertinência é mutável: a conversão, portanto, de um fato à condição de notícia seria resultado de uma triagem complexa dentro do “caos circundante” (VIZEU, 2007, p.223) da rotina das redações. Os valores-notícias seriam os elementos, muitas vezes naturalizados, responsáveis por tornar possível a organização produtiva de uma redação, permitindo o trabalho diário com o imprevisível e a divulgação de um número considerável de notícias em um período de tempo, a respeitar o prazo de fechamento do periódico (*deadline*). Algumas dessas características serão exploradas a seguir em observação à referencialidade entre os jornais Zero Hora e El País na mídia *online*.

### **Análise da mídia online dos Jornais Zero Hora e El País**

Para o estudo da referencialidade da mídia *online* entre RS-UY, foram tomados dois produtos jornalístico, um de cada localidade. Do lado uruguaio, selecionou-se o sítio de notícias do jornal El País ([www.elpais.com.uy](http://www.elpais.com.uy)). Os critérios se basearam no (1) público presumido: de acordo com o Alexa ([alexa.com](http://alexa.com)), ferramenta de indexação online, o [elpais.com.uy](http://elpais.com.uy) é o periódico de circulação impressa diária com maior adesão de público *online*; (2) por se tratar de um periódico sediado na capital e (3) por co-existir simultaneamente na mídia impressa e *online*. Sob o mesmo crivo, selecionou-se, no lado brasileiro, o

sítio do jornal Zero Hora.

No jornal Zero Hora ([zehora.clicrbs.com.br](http://zehora.clicrbs.com.br)) foram acompanhadas, durante o período de uma semana (1º a 7 de junho de 2010), a publicação de 980 entradas informativas na seção ‘Plantão’, distribuídas em 166 no primeiro dia, 159 no segundo, 174 no terceiro, 169 no quarto, 89 no quinto, 76 no sexto e, finalmente, 147 entradas contabilizadas no dia 7 de junho. Desses conteúdos, as matérias que apresentavam alguma referência ao Uruguai, mesmo que mínima, somaram 27 entradas, o que engloba aproximadamente 2,55% das notícias publicadas. As referências diárias não apresentaram expressivo grau de discrepância entre si, independentemente da variação do número total de publicações dispostas em cada dia, conforme vê-se no quadro abaixo.

DIA	Nº de Entradas	Nº de Referências	Proporção (aprox.)
01/06/10	166	2	1,20%
02/06/10	159	3	1,88%
03/06/10	174	5	2,87%
04/06/10	169	1	1,69%
05/06/10	89	2	2,24%
06/06/10	76	3	3,94%
07/06/10	147	11	7,48%

A maior discrepância no dia 07/06 explica-se pela referenciação marginal a um jogo amistoso na cidade fronteira de Rivera (Uruguai), em quatro matérias esportivas, e pela dupla publicação sobre um acidente envolvendo sul-rio-grandenses em território uruguaio – tema também publicado no dia 06/06. Vê-se, assim, que menção a fatos jornalísticos únicos encontra-se, concretamente, em 7 entradas. Outro caso de replicação temática foi encontrado no dia 06/06 com a dupla referência à prisão de um traficante sul-rio-grandense em território oriental, tema também presente no dia 07/06, totalizando assim três entradas no período em análise. Dessa

forma, sem apresentar ônus ao cálculo, as matérias meteorológicas (todas foram consideradas como não replicantes), o número de referências únicas de 27, encontra-se, em realidade, em 21.

Em relação ao **tipo de referência**, a classificação de conteúdo apresentada pelo sítio segregou as notícias em Esportes (13; aprox. 48,14%), Geral (12; aprox. 44,44%), Economia (1; 2,7%) e Mundo (1; 2,7%). Por 'Esportes' refere-se integralmente a conteúdos relacionados à modalidade futebol (masculino) de campo. As 12 publicações sob a etiqueta Geral dividiram-se em Trânsito (3), referentes ao registro de um mesmo acidente, Polícia (5) e Tempo (4). No período em análise, não houve incidência de entradas de cunho político, social, cultural ou mesmo econômico. Ainda que tenha sido registrada uma matéria sob a Etiqueta "Economia", a referência ao Uruguai é de uso marginal, conforme se mostrará a seguir.

Sobre a **qualidade da referência**, identificaram-se as 27 menções ao Uruguai no *site* do jornal Zero Hora, quanto ao núcleo de interesse da notícia, dentro de três categorias: como "Referência Marginal", "Referência Circunstancial" e "Referência Central". Por "Marginal" entende-se a relevância mínima ao núcleo de interesse da matéria. A escolha por essa forma de citação se deu normalmente nos casos que indicavam o (1) Uruguai como referência geográfica em matérias meteorológicas, (2) mencionavam-no em informações esportivas acessórias ou ainda, em menor escala, (3) quando remetiam a condições administrativas daquele país, como rápida menção, e em adjacência a outros Estados, para ilustrar a adoção de uma determinada medida no panorama mundial. Nessa categoria, entende-se uma referência *en passant*, um detalhamento complementar à notícia, cujo eventual apagamento do corpo do texto não acarretaria grandes problemas ao processo informativo.

Nessa situação foram situadas 19 entradas, entre notícias e artigos de opinião, (70,37%), 4 sob a chancela "Tempo"; 12 "Esporte"; 1 "Economia" e 1 "Mundo".

**Matéria:** "Terça-feira será de céu claro e temperatura baixa no Estado"

**Referência Marginal:** "No feriado, a massa de ar polar enfraquece um pouco. Mesmo assim, mínimas entre 6 e 8 graus serão registradas na fronteira oeste com o Uruguai e Serra."

**Matéria:** "Grêmio define cronograma para período da Copa"

**Referência Marginal:** "De 16 a 25 de junho ocorrerão treinamentos em Porto Alegre. No dia 27, será disputado um amistoso diante do Nacional, em Rivera, no Uruguai."

**Matéria:** "Receita Federal inclui a Suíça em lista de paraísos fiscais"

**Referência Marginal:** "Entre os países que receberam essa classificação estão os Estados Unidos, diversas nações da Europa, como Luxemburgo, a Dinamarca, Espanha, Holanda, além do Uruguai."

Na qualidade de "circunstancial", foram enquadradas 7 notícias (aproximadamente 25,92%). Por "circunstancial" se entende a menção de situação, como *locus* ou itinerário de acontecimento de eventos. A referência circunstancial demanda uma contextualização geográfica relevante para a explicação de um fato, mas não se apresenta enquanto núcleo de interesse da matéria. Como posição hierárquica dentro da notícia, a referência circunstancial se aproximaria, quando muito, ao "Onde?" do lide jornalístico. No período em estudo, foram encontradas majoritariamente nessa categoria matérias em "Geral", sob "Trânsito" e





“Polícia”, a respeito de fatos envolvendo sul-riograndenses a caminho ou em território uruguaio.

**Matéria:** “Corpos dos irmãos que morreram em acidente no Uruguai são velados em Estrela”

**Referência:** “Os dois jovens voltavam com os pais (...) de uma viagem ao Uruguai, onde a família havia passado o feriado, quando morreram em um acidente.”

**Matéria:** “Bolívia e Paraguai também investigavam traficante gaúcho preso no Uruguai”.

**Referência:** “A Bolívia e o Paraguai também investigavam o traficante gaúcho preso no Uruguai Paulo Seco, detido no final de semana. Ele é acusado de tentar se estabelecer no país vizinho com o objetivo de traficar cocaína da Bolívia e do Paraguai para o Rio Grande do Sul. Ele também havia se escondido nestes dois países.”

Por fim, uma matéria (2,7%) foi enquadrada na categoria “Referência Central”. Nessa categoria se situariam matérias cuja referência ao Uruguai se aproximaria do núcleo de interesse da notícia, mas não o constituiria (nessas outras situações imaginou-se uma categoria de referência “nuclear”, casos não encontrados no *site* da Zero Hora durante o período estudado). Mais do que uma referência geográfica (circunstancial) ou detalhe (marginal) no corpo do texto, a centralidade seria percebida pelo grau de relevância para a notícia. Não seria possível uma eventual exclusão da menção. O tema, de uma forma ou de outra, versaria sobre uma determinada situação considerada de relevância informativa além-fronteira.

**Matéria:** “Fossati é convidado para comentar

estréia do Uruguai na Copa”.

**Referência:** A produção da emissora gostou da análise bem articulada e da capacidade de comunicação em português do treinador uruguaio e o convidou para comentar a partida de estreia da Celeste na Copa do Mundo da África do Sul, no dia 11 de junho.

No único caso encontrado no *site* da Zero Hora, durante o período de estudo, tem-se como pano de fundo a estréia da seleção uruguaia no Mundial da África do Sul, o que atribui centralidade à referência, mas, conforme previsto, não confere a condição de núcleo de interesse da matéria. O enfoque maior da notícia seria a possível participação de Fossati como comentarista da Rede Globo na ocasião da estréia da referida seleção na Copa do Mundo da Fifa.

Do outro lado da fronteira, no jornal *El País* ([elpais.com.uy](http://elpais.com.uy)), acompanhou-se a atualização de 587 entradas, na seção “Información – Todos los títulos”. Nesse recorte, não foram contabilizados os suplementos do periódico (como *Economía & Mercado* e *El empresario*). Embora os conteúdos também se encontrassem disponíveis *online*, em transposição ao material das edições impressas, estavam dispostos em seções complementares do portal. Por essa mesma razão, de fora do *corpus* de análise ficou o caderno diário *Ovación*, dedicado a conteúdos esportivos. Das matérias, portanto, incluídas no principal corpo informativo do veículo, 54 publicações, entre matérias, editoriais e colunas de opinião (9,19%) referiam, mesmo que minimamente, ao Brasil. Conforme vê-se no quadro abaixo, a distribuição de referência no período de 01/06 a 07/06 se deu de forma relativamente proporcional.

DIA	Nº de Entradas	Nº de Referências	Proporção (aprox.)
01/06/10	94	8	8,51%
02/06/10	88	10	11,36%
03/06/10	78	5	6,41%
04/06/10	95	10	10,52%
05/06/10	86	6	6,97%
06/06/10	81	7	8,64%
07/06/10	65	8	12,32%

As menções ao Brasil, ao contrário do jornal Zero Hora, deram-se de forma distribuída ao longo das editorias do jornal. A maior incidência ficou na seção “Nacional” (em número de 9, aproximadamente 16,6%), que engloba normalmente matérias de cunho social e político, na seção Internacional (9, na mesma proporção) e na de Economia, com 12 menções, mas quatro específicas do contexto rural (em um total de 16, aproximadamente 29,62%). Com menores registros ficaram Polícia com 4; editoria e cidades, focado nos acontecimentos do Internet, com 6; Espetáculos com 4; e espaços de opinião (colunas e editoriais) com 6. As matérias de cunho esportivo, não dispostas pelo veículo no corpo principal de notícias, e, portanto, não contabilizadas na análise, foram registradas no caderno *Ovación*.

Quando à qualidade das referências, encontrou-se uma predominância de menções Contextuais (18) e Marginais (23). Categoria não encontrada no jornal Zero Hora, a menção contextual se refere ao caráter complementar à compreensão do leitor à notícia. Ainda que não seja o foco central da matéria, apresenta uma relevância contextual elucidativa. Não sendo um mero detalhe (ainda que a referência marginal possa, em menor grau, expressar um caráter explicativo/contextual), tampouco uma citação por circunstância locativa (referência circunstancial), o sentido complementar se daria, normalmente, a partir de uma relevante disposição comparativa, explicativa ou de circunscrição ao

escopo da notícia. Seguem três exemplos desse tipo de referência, um sob a etiqueta “Internacional”, outro por “Cidades” e, um último por Economia (Rurais). A referenciação do tipo contextual foi encontrada de forma expressivamente distribuída entre essas três categorias-exemplos.

**Matéria:** “Israel deporta a los 600 activistas pero no cede en el bloqueo a Gaza”

**Referência:** “El presidente brasileño, Luiz Inácio Lula da Silva, declaró que “Israel no tenía el derecho de hacer lo que hizo”, aunque esperará a que haya mejores investigaciones de los hechos. “Yo estoy convencido que no es el uso de armas lo que va a garantizar la paz. (...) Creo que los dirigentes precisan aprender a dialogar más”.

**Matéria:** “BQB inaugura la ruta a Porto Alegre”

**Referência:** Con un plan de vuelos en expansión, la nueva ruta Punta del Este-Porto Alegre tendrá, en principio, una frecuencia de dos veces por semana -jueves y domingo- y prevé la conexión, vía bus, con la terminal Tres Cruces de Montevideo. A partir de julio, BQB informó que pasará a cinco frecuencias semanales. “La puesta en marcha de este nuevo itinerario apuesta al intercambio turístico regional, y busca posicionarse, además, como una interesante opción de conexión para la salida de mercaderías uruguayas hacia Brasil, potenciando el comercio internacional”, explicó el presidente de Buquebus, Juan Carlos López Mena.

**Matéria:** “Colocaron en México los primeros contenedores de sorgo uruguayo”

**Referência:** Uruguay tuvo una cosecha récord de este cereal, pero la zafra mostró algunos problemas de calidad provocados



por el exceso de humedad, que bloquearon el ingreso del producto a Brasil, un mercado tradicional para este grano. Los parámetros de calidad exigidos por los molinos harineros brasileños no podrán ser cumplidos en esta zafra y la salida para colocar el excedente es contar con mercados alternativos. La mayoría del trigo del año pasado todavía está sin venderse y hay poco interés por este grano.

Como se percebe no exemplo número 1 (matéria com informações de agências internacionais), o foco da notícia é aplicado ao recente contexto de tensão no Oriente Médio (sanção internacional sobre a deportação de ativista *versus* a manutenção por parte do Israel do bloqueio à Gaza). A referência ao Brasil não é central, mas expressa a opinião do mandatário brasileiro sobre o tema na condição de liderança emergente, como forma de contextualização do problema no panorama mundial. Na matéria da editoria de Cidades, anuncia-se uma nova rota de viagem Maldonado-Porto Alegre, referenciando o Brasil inicialmente em uma perspectiva locativa, mas, em seguida, sobressai-se, por meio de uma citação, a expressão de relevância mercadológica da nova ponte aérea, conferindo peso de compreensão contextual à referência. No terceiro exemplo, trata-se da abertura de novos mercados para exportação da produção (uruguaia) de cereais. A referência ao Brasil não é central, mas é fundamental para a compreensão das causas que motivaram a situação-chave da matéria: os embargos sanitários brasileiros à produção oriental.

Já como referência marginal, foram encontradas principalmente como menções nas matérias de Economia e Rurais (9 ao todos), mas também registrou-se nas subdivisões Nacional (2), Editorial (3), Espetáculos (3), Internacional (3), Cidades (1) e Policiais (1). Conforme pode-se observar, ainda que

as referências apresentem um caráter explicativo, constituem-se de apenas detalhes da notícias.

**Matéria:** “Nasa recibe a uruguayos distinguidos por estación”

**Referência:** El proyecto, en tanto, fue llamado Lamaro y asegura que la población humana que viva en el establecimiento tendrá una calidad de vida saludable y segura. Los jóvenes de Juan Lacaze dejaron por el camino proyectos de Argentina, Perú, Brasil y Colombia. En julio su idea concursará en las finales del certamen que tendrá lugar en la Nasa (Texas).

**Matéria:** “OIE ratificó status uruguayo en fiebre aftosa y vaca loca”

**Referência:** Es que, posiblemente a partir de septiembre, la zona de alta vigilancia para fiebre aftosa, integrada por Paraguay, Bolivia, Argentina y Brasil, pueda recuperar el mismo status que el país, pero siempre manteniendo las medidas de prevención. Esta zona se creó hace años para prevenir el avance de la aftosa en Sudamérica.

Em menor escala, as demais categorias encontradas foram Referências Circunstanciais em número de 4, referencias centrais em 8, e nucleares em 3. A exemplo do jornal Zero Hora, as referências circunstanciais se explicam pelo caráter de causalidade da menção. Seguem dois exemplos, um de caráter empresarial/comercial e outro político/administrativo.

**Nota:** Sevel. Premiado en Brasil por Market Share

**Referência:** Por segunda vez, Sevel Uruguay S.A., recibió en Praia do Forte el premio al mejor Market Share 2009 de los mercados

export en Latinoamérica, después de Brasil, compitiendo con los importadores, concesionarios y proveedores de la región. También en esa oportunidad, luego de 27 años del primer Uno fabricado por Fiat, la marca lanzó el modelo Fiat Uno Evo.

**Matéria:** “Fripur pidió que se deje sin efecto la multa”

**Referência:** El empresario aportó US\$ 15.000 para financiar los espectáculos artísticos realizados en el marco de la asunción del nuevo gobierno. Además, en la campaña electoral, Mujica utilizó una avioneta de Fernández para viajar a Brasil junto a Danilo Astori, donde se reunieron con Luiz Inácio Lula Da Silva.

No primeiro caso, a referência ao Brasil, à Praia do Forte, refere-se predominantemente ao local de ocorrência de eventos, incidindo em uma menção locativa causal (referência circunstancial). Ainda que cite o Brasil como primeiro lugar na premiação, demandando também uma referência marginal, a classificação acolhida na presente análise considera apenas a referência de circunstância, tendo em vista que a intenção da coleta é averiguar os níveis de referência das notícias. Sem prejuízo para a análise, considera-se a de maior relevância informativa. No exemplo dois, a referência ao Brasil se dá como itinerário de eventos que supostamente ligaria o titular da organização Fripur S.A. ao presidente Mujica, apresentando, portanto, um caráter de casualidade.

Por sua vez, as referências com um caráter mais central de relevância informativa (referências centrais e nucleares) encontram-se no número de 11. Destas, seis são notas informativas ou de opinião, de forma que, pela diversidade temática que compõem algumas entradas (sendo estas, inclusive, separadas por tópicos), o número de referências

é maior que o número total de entradas (matérias e colunas de opinião) contabilizadas no período, o que quer dizer que uma mesma entrada, em alguns casos, remete a mais de uma referência. Seguem exemplos de uma matéria e uma nota de referência mais central.

**Matéria:** “Narco brasileño a la cárcel junto con empresario; buscan su dinero”

**Referência:** El narcotraficante brasileño que vivía en Uruguay bajo una identidad falsa fue procesado y enviado a prisión junto a un empresario uruguayo. Su esposa, su empleada y otras personas, quedaron en libertad. Investigan si tenía cuentas bancarias.

**Nota:** “Rivera. Brasileños mueven la frontera”

**Referência:** “Otra vez las calles de Rivera se vieron atiborradas de compradores brasileños que aprovecharon el feriado de Corpus Christi. Muchos negocios cerraron sus puertas para atender por tandas. En el microcentro no había lugar para estacionar”

O primeiro exemplo incide em referência central: o foco maior não é apenas a prisão de um traficante de drogas, em sentido complementar casualmente estrangeiro, mas sim, inversamente, trata-se de um brasileiro narcotraficante. A referência a “Brasil” ou a “*brasileño*” é considerada de tamanha relevância informativa no corpo do texto a ponto de ser citada por nove vezes. No segundo exemplo, mostra-se o comportamento de consumo de brasileiro em territórios fronteiriços como foco principal, conferindo também um caráter nuclear à referência.

## Discussão

O acompanhamento das publicações dos



dois periódicos nos permite traçar uma série de considerações preliminares, nenhuma delas positiva acerca dos intercâmbios midiáticos entre Brasil-Uruguai. Primeiramente, quanto à **disparidade** de tratamento: percebe-se que os critérios de noticiabilidade não são mútuos. De um lado, no jornal Zero Hora, no período estudado, a referência é sempre em caráter marginal e circunstancial. Apenas em um caso, de cunho esportivo, foi situado de forma mais central. Do outro, há uma incidência mais expressiva de um enfoque contextual e ainda o registro de matérias de referência central/nuclear. Enquanto no jornal Zero Hora, a referência ao Uruguai é quase sempre marginal, no lado uruguaio se confere um tratamento mais contextual/elucidativo a temas relacionados ao Brasil. Percebe-se no jornal El País uma preocupação maior em retratar os fatos com as realidades interconectadas (em uma perspectiva contextual). Essa maior representação na perspectiva Uruguai-Brasil, como se vê, não se dá apenas em um sentido quantitativo, mas – o mais relevante – também em sentido qualitativo.

Ainda no sentido quanti-qualitativo, percebe-se uma **insuficiência de valores-notícias** envolvendo a retratação da realidade social além-fronteira em ambas as perspectivas. Principalmente no lado brasileiro: o enfoque sobre temas relacionados ao Uruguai é bastante limitado. Há a predominância da temática esportiva como critério de noticiabilidade – ainda assim de forma marginal –, em detrimento de questões sociais, políticas ou econômicas. No lado uruguaio, o enfoque maior é o aspecto mercadológico. No entanto, as referências ao Brasil que foram construídas no El País em uma perspectiva mais central se deram predominantemente na condição de notas informativas ou de opinião, não conferindo, dessa forma, substância informativa aos conteúdos.

À luz de sistematização teórica de Vizeu (2007), portanto, percebe-se que a referencialidade apresentada pelos dois periódicos durante o período não incorre nas **categorias substantivas** como critério de noticiabilidade: a representação do outro não incide em atribuições de importância e interesse. Os atores políticos, principalmente do lado uruguaio, possivelmente não são considerados relevantes para vir a constituir um valor-notícia a ser explorado no Jornal Zero Hora. No El País, ainda que brevemente, fez-se menções ao Presidente Lula e, na forma de nota, aos pré-candidatos à corrida presencial de 2010. Destaca-se, assim, como valor de importância noticiosa do Jornal Zero Hora o enfoque esportivo, e, no jornal El País, as matérias de cunho econômico. Em ambos, percebe-se uma confluência referencial nas publicações de cunho policial.

Outrossim, os critérios de noticiabilidade – quanto às **categorias relativas ao público**, de Vizeu (2007) – em ambos os veículos aparentemente não se considerou relevante como valor-notícia a possível identificação entre os públicos, ou seja, aos aspectos históricos e culturais que ligam o Rio Grande do Sul e Uruguai a uma identidade platina, e tampouco à realidade de centenas de milhares de pessoas que vivem na zona de fronteira, sujeitas às condições políticas, econômicas e sociais do país vizinho. A nulidade dessa questão, como critério de noticiabilidade, mostra-se também pela insuficiência de referências externas: nenhuma ocorrência foi registrada sobre o Uruguai no Jornal Zero Hora que não envolvessem diretamente sul-rio-grandenses. No corpo principal de notícias do El País, essas situações foram dadas eminentemente na forma de notas. Em ambos os periódicos as publicações sobre o país vizinho, sem necessariamente apresentar uma estrita relação ao local de origem do periódico, não foram registradas no jornal Zero Hora e não

foram satisfatórias no Jornal El País.

A ausência de critérios de noticiabilidade na mídia entre Brasil e Uruguai revela possivelmente uma provável ausência de temas concernentes ao Mercosul ou à integração latino-americana como um todo na agenda pública desses países. No período estudado, apenas no Jornal El País, ainda como forma de rechaço, publicaram-se matérias sobre a discussão interna a respeito da representação política no Parlasur (Parlamento do Mercosul). Em contraste, a referência ao Mercosul não foi percebida em nenhuma das matérias do jornal Zero Hora que referenciassem, mesmo que minimamente, ao Uruguai. Quando se fala em integração além do escopo comercial, no agendamento relacionado ao Mercosul, pressupõe-se que a ausência de valores-notícia envolvendo a atuação da imprensa sobre essa temas, principalmente do lado brasileiro, revela um distanciamento entre os países, em contraste aos processos regionais de integração, presentes formalmente na agenda desses Estados por pelo menos 50 anos, quando do surgimento da ALALC.

### Considerações Finais

Tendo como pano de fundo o tema de integração no âmbito do Mercosul, o presente trabalho buscou discutir, a partir de considerações à luz da hipótese do *newsmaking*, que a representação dos países que formam o bloco, tendo como foco indutivo a relação de referencialidade de um veículo uruguaio e a de um locado no Rio Grande do Sul, não recebe um aporte midiático substancial, o que indicia um prejuízo ostensivo aos processos de integração regionais. Percebe-se que, apesar das proximidades culturais e da bagagem história que os relaciona, não há uma referencialidade midiática expressiva sobre o país vizinho.

Os resultados mostram que, de um lado, o lado brasileiro, as referências ao Uruguai são

predominantemente marginais e que não tangem em grandes linhas aspectos para além do foco esportivo. As únicas ocasiões registradas, que fugiram à regra, citavam por motivação casual locativa. No lado uruguaio, o foco econômico é predominante, mas, da mesma forma que no Jornal Zero Hora, as referências ao Brasil não são plenamente desenvolvidas, ficando mais a cargo das notas informativas esse papel. Imagina-se, assim, que os temas concernentes à realidade social além fronteira não estão presentes nas mídias jornalísticas desses países como valores-notícia.

Longe de atribuir à mídia um papel determinista, buscou-se ressaltar a influência social do jornalismo – por sua omissão – sobre uma condição política específica. De todas as formas, outros estudos se fazem necessários para que se possa com mais propriedade avaliar as condições do jornalismo no contexto do Mercosul.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Rubens Antonio. América Latina em perspectiva: A integração regional da retórica à realidade. São Paulo: Aduaneiras, 1991.

BRUM, Juliana de. A Hipótese do Agenda Setting: estudos e perspectivas. In: Razón y Palabra. N.º. 35. México: out./nov. 2003.

CORRÊA, Anelize Maximila. Los derechos humanos como paradigma para las migraciones en el Mercosur. Tese de Doutorado. Argentina: Universidad de Buenos Aires (UBA), 2009.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

HOHLFELDT, A. C. (Org.). Teorias da Comunicação - Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2003.

MULLER, K. M. Cenários para pensar a comunicação fronteiriça: uruguaiana-libres e livramento-rivera. In: Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande /MS, 2001.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2006.

PICCININ, Fabiana; SELLI, Mariana. Vecinos lejanos: as representações do Mercosul no Jornal Nacional. Anais do Regiocom, 2008

ROBERTS, Chris. Gatekeeping theory: An evolution. Anais da Communication Theory and Methodology Division – Association for Education in Journalism and Mass Communication. Texas: Santo Antonio, 2005.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. Metodologias de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação de Massa. Lisboa: Presença, 1999.

A notícia no contexto do Mercosul: Um estudo de caso da referencialidade Brasil-Uruguaí na mídia online  
Jandré Corrêa Batista, Anelize Maximila Corrêa

Data do Envio: 07 de setembro de 2010.  
Data do aceite: 02 de novembro de 2010.

