

Latinidade: a América Latina pelas páginas de Veja e Carta Capital

Ivan Elizeu Bomfim*

Índice

1 Imprensa e globalização	2
2 Jornalismo internacional	4
3 Análise do objeto	5
3.1 Revista Veja	5
3.2 Revista Carta Capital	6
4 Análise Quantitativa	6
4.1 Revista Carta Capital	7
4.2 Revista Veja	8
5 Análise Qualitativa	9
5.1 Identidade cultural	9
5.2 Falta de contextualização	11
5.3 Posicionamento diferenciado	12
6 Conclusão	15
7 Bibliografia	16

Resumo

Este artigo, resultado de pesquisa quantitativo-qualitativa realizada no Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH) no ano de 2006, pretende analisar a construção da imagem latino-americana feita pelos meios de comunicação brasileiros. Para tanto, utiliza-se de duas das publicações semanais mais importantes do Brasil, as revistas Veja e Carta Capital. Atendendo

a visões ideológicas antagônicas, as duas também fazem erigir, aos olhos dos leitores, dois continentes muito diferentes.

Palavras-chave: Comunicação, integração, latino-americana, Jornalismo comparado.

O Artigo 4º, parágrafo único, da Constituição da República Federativa do Brasil estabelece que a nação brasileira “buscará a integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina, visando à formação de uma comunidade de nações¹”. Todavia, os meios de comunicação nacionais não costumam delegar aos países latino-americanos a importância que a Carta Magna do país afiança. O presente artigo procura avaliar as notícias acerca da América Latina que são divulgadas na imprensa brasileira. Para tanto, utiliza, como objeto de análise, as revistas semanais Carta Capital e Veja.

Em momento no qual a integração político-econômico-social é ambicionada pelas nações, em que se destaque a constituição de blocos regionais, mostra-se deficitário a cobertura das publicações brasilei-

*Jornalista, historiador e especialista em Relações Internacionais pela PUC-MG.

¹BRASIL, *Constituição da República Federativa do Brasil: atualizada até a emenda constitucional nº 30*, 2000, p. 16.

ras sobre os vizinhos latino-americanos, com os quais compartilhamos um espaço geográfico, mas não uma relação de trânsito cultural. Constatamos uma carência de informações sobre esses países, em detrimento de notícias sobre Estados Unidos, Europa ou mesmo dos conflitos no Oriente Médio. Steinberger (2005) afirma que, ao refletir os interesses de outras nações em seu noticiário internacional, na visão geopolítica da mídia brasileira “prevalecem os campos de forças desenhados sob inspiração das grandes potências”.

A partir de pesquisa quantitativo-qualitativa focalizada no período de fevereiro a maio de 2005, busca-se investigar o posicionamento da imprensa brasileira em relação ao continente. Mostrou-se importante realizar investigação acerca do posicionamento entre duas publicações semanais que atendam a correntes ideológicas diferentes, e observar se as diretrizes editoriais seguidas pelos produtos jornalísticos mostram-se relevantes à formação da imagem do espaço latino-americano. De certo, alguns aspectos poderiam ter sido mais desenvolvidos, como um julgamento mais aprofundado das fotos/imagens. No entanto, por questões de viabilidade de tempo e espaço, esta apreciação é mais superficial.

1 Imprensa e globalização

É necessário construir um painel histórico sobre a ocorrência dos primeiros embates entre os países desenvolvidos e os subdesenvolvidos acerca da relação entre meios de comunicação e globalização. De acordo com Oliveira (1998), após a Segunda Guerra Mundial, o grupo dos Países Não-Alinhados co-

meçou a delegar importância ao tema dos fluxos comunicacionais, defendendo a importância da democratização da informação. Assim, acabaram por pressionar organismos internacionais, como a ONU e a UNESCO, para que soluções fossem desenvolvidas. De acordo com Mattelart (1995), acontece, em 1969, uma reunião da UNESCO em Montreal, Canadá, que acaba por constatar que a troca de informações entre os “mundos” (países periféricos e centrais) era demasiadamente desequilibrada. Em 1976, numa conferência no Sri Lanka, os Países Não-Alinhados lançam as bases da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação, NOMIC, logo incorporada aos programas da UNESCO e da ONU. Entre outros princípios, Oliveira (1998) destaca a defesa da necessidade de formulação de políticas nacionais para a área de globalização, que seriam conectadas ao próprio desenvolvimento social, cultural e econômico dos mesmos.

Os países desenvolvidos reagiram com virulência à ameaça de regulamentação de políticas como a NOMIC, que, relata Mattelart, viam nessa medida “uma ameaça real contra o princípio do livre fluxo da informação, base da futura sociedade da informação”. A publicação do relatório McBride, que garantia o pluralismo, não apaziguou os ânimos entre as nações, e a situação chegou a tal patamar que a Grã-Bretanha e os Estados Unidos, em 1985, deixaram de fazer parte da UNESCO. Oliveira observa que a saída desses países, sede de grande parte das empresas de comunicação do mundo, acabou por privar a instituição de cerca de 30% de seu orçamento.

A Nova Ordem de Comunicação num mundo em processo de globalização passou

a ser tema recorrente de encontros acadêmicos, e um dos mais incisivos foi o seminário O Papel da Informação na Nova Ordem Internacional, realizado no México, em 1976. Foram propostas ações como a instituição de instrumentos de reciprocidade para a criação de redes informativas, fortalecimento do papel da imprensa alternativa, financiamento de veículos cujo intuito é a integração dos veículos midiáticos do Terceiro Mundo, intercâmbio entre os pesquisadores dos centros acadêmicos desses países, legislações mais atuantes para a responsabilidade do exercício comunicacional e o incremento de uma consciência acerca do papel social desempenhado pelo comunicador.

Piernes (1990) focaliza a questão da América Latina e busca mostrar que a integração entre os países latino-americanos é necessária para uma reestruturação da comunicação no continente. O autor defende que, caso fosse informado de maneira idônea, os povos latino-americanos saberiam a verdade acerca da falta de condições básicas a que são submetidos.

A tentativa de instituição da NOMIC afeta diretamente a comunicação no bloco. Alguns críticos do projeto, como o escritor peruano Mario Vargas Llosa, preocuparam-se com possíveis atentados contra a liberdade de imprensa, mas a revolta norte-americana com o projeto se juntou às idéias de parte da grande imprensa conservadora da América Latina, como o jornal argentino *La Nación* que, em editorial publicado no ano de 1981, afirmou:

Bem vinda a informação de sul a norte! Mas que informação? Que centros de notícias podem ser países que estão em plena evolução rumo a formas de estrutura civilizadoras que

determinaram, com o correr dos séculos, se são capazes de criar instituições que prevaleçam através do tempo e de enriquecer o cabedal artístico e cultural com algo que se pareça um pouco com o que nos oferecem os países do norte? (PIERNES, 1990, p. 24)

Essa posição conservadora, segundo Piernes, é um reflexo da própria instituição da imprensa no continente. A maioria das empresas jornalísticas teve como fundadores cidadãos com poder econômico e político, e o desejo de investir em comunicação é uma manifestação da intenção de aumentar esse poderio. Os movimentos sociais dos trabalhadores do início do século XX acabaram fazendo com que essas empresas se aliassem aos governos para manter o establishment. Um exemplo é que a imprensa, em alguns momentos, auxiliou na instituição de governos despóticos, como aconteceu em 1964, no Brasil. Em casos isolados, porém, como também aconteceu no Brasil, diante da censura sumária a que foram submetidas, as empresas procuraram formas de combater o regime ditatorial por meio da publicação de notícias com conteúdo metafórico sobre a situação no país. Apesar de nem toda a imprensa latino-americana ter essa origem e intento, as empresas dominantes acabam por travar o desenvolvimento da imprensa alternativa que, como dificilmente tem acesso à aura dos poderosos, luta para sobreviver.

Os meios de comunicação possuem um papel vital para a integração nacional e, de acordo com Garcia Canclini (1999), mesmo para a formação do caráter de identidade nacional na pós-modernidade. Ele expõe que os mass media ajudaram na expansão da modernização tecnológica e, concomitan-

temente, na flexibilização de costumes tradicionais latino-americanos. Porém, aconteceram mudanças drásticas a partir da década de 1980, quando se iniciaram os processos de integração regional e abertura econômica de grande parte das nações, o que acabou causando modificações nos indicativos de identificação identitária. Corroborando as afirmações de Garcia Canclini, Thompson (1998) destaca que, apesar de operarem em estratégias globais, os “gigantes” da comunicação de massa são sediados nos países desenvolvidos, e utilizam as regiões em desenvolvimento como mercado para produtos e serviços, resultando numa relação que prima pela desigualdade.

Garcia Canclini observa que, apesar da enorme pressão financeira, mesmo países como os Estados Unidos acabam não se apoderando de todo o universo midiático, e lembra Ortiz ao defender que “o multiculturalismo não desaparece nem nas mais pragmáticas estratégias empresariais”. Para ilustrar tal afirmação, ele cita o exemplo de empresas multinacionais que buscam adequar suas estratégias publicitárias aos gostos específicos de cada país, num processo reterritorialização.

2 Jornalismo internacional

É impossível analisar o jornalismo internacional sem destacar o papel das agências de notícia. De fato, sem o advento das agências, a comunicação transnacional seria uma tarefa hercúlea.

As agências noticiosas internacionais do ocidente tiveram início durante os séculos XIX e XX na Europa e Norte-América, para satisfazer as necessidades de informação nos

meios massivos (...). Os custos de manutenção de correspondentes no estrangeiro sempre foram altos em relação aos custos de pessoal local de notícias e só alguns poucos dentre os meios massivos podiam custear a cobertura direta de eventos que tiveram lugar fora de suas fronteiras (HESTER In REYES MATTA, 1980, p. 76)

Para Thompson (1998), a formação das agências de notícias, ainda no século XIX, também impulsionou o desenvolvimento da comunicação internacional. A coleta e distribuição das notícias por parte dessas empresas se organizou gradativamente até que houvesse uma divisão de áreas mundiais de atuação, com a monopolização do tráfego noticioso pelas três maiores: Reuters, da Grã-Bretanha, Havas, da França, e Wolff, da Alemanha. Sobre esta questão, Hester (1980) comenta que as empresas desenvolviam seu trabalho com o suporte das elites político-econômicas das nações que lhes serviam como sedes.

Historicamente, percebe-se que o interesse por notícias sensacionalistas, em detrimento daquilo que não seja figurativo da barbárie subdesenvolvida latino-americana, é latente entre os meios de comunicação europeus e norte-americanos. Hester mostra o resultados de estudo realizado com editores de cadernos internacionais da imprensa dos Estados Unidos e Europa. De acordo com eles, o público desses países é atraído pelas notícias de caráter negativo quando se trata da cobertura dos países periféricos. O mínimo destaque dado aos países subdesenvolvidos é, em sua grande maioria, referente a conflitos armados, condições precárias de sobrevivência, desordem política, entre outras situações trágicas correlatas.

O que é irônico, no entanto, é que as nações da América Latina costumam receber informações sobre os países vizinhos não diretamente por eles, mas pelas agências baseadas nos países desenvolvidos. Configuram-se situações absurdas, como as empresas de comunicação brasileiras receberem notícias de países como Peru ou Bolívia por escritórios baseados em Nova Iorque. Analogamente, observa Piernes, a falta de informação entre os latinos faz com que as notícias “exóticas” sejam veiculadas como verdadeiras no próprio continente – o que acaba por incentivar o preconceito entre os próprios países subdesenvolvidos.

Piernes exemplifica esta situação com o exemplo do tratamento chulo dado pelo jornal brasileiro Folha de S. Paulo a uma partida entre Colômbia e Bolívia, ocorrida no ano de 1987, no qual o periódico apresenta as duas equipes como representantes das duas nações que mais exportam cocaína no mundo. Para melhor se integrarem, os países latino-americanos precisam reorganizar seus sistemas e operar mudanças conceituais; é bastante sintomático que, até 1987, não havia correspondente da imprensa argentina ou uruguaia em Brasília – mas existiam correspondentes em cidades como Nova Iorque, Washington e Londres. Pelo lado brasileiro, Rossi (1994) destaca que, em 1990, havia cinco correspondentes dos meios de comunicação do Brasil na América Latina, todos localizados em Buenos Aires.

Devido à crise do setor de comunicação a partir dos anos 1980, grande parte dos periódicos nacionais acabou realizando cortes orçamentários, o que acabou influenciando diretamente as editorias internacionais. Natali (2004) comenta que muitos correspondentes foram chamados de volt, mas, quase

de forma compensatória, o advento da internet materializou-se como uma verdadeira revolução para o jornalismo internacional, pois retirou o redator do simples papel de “espectador” diante das informações diárias que recebe das agências. Ele adverte, no entanto, que a internet não suplanta uma rede de correspondentes ou enviados especiais, o que é mais bem exemplificado por Rossi (1994), que defende que nenhum tipo de tecnologia conseguiu suplantar a visão peculiar de cada país que um enviado ou correspondente internacional desta nação irá transmitir a seus concidadãos.

3 Análise do objeto

Voltando ao tema principal, a pesquisa se vale de duas publicações semanais com tiragens de exemplares bastante díspares e que, de certa forma, representam correntes de pensamento dissonante da sociedade brasileira. O enfoque das revistas Carta Capital e Veja abarca um painel dos acontecimentos mais relevantes ocorridos durante a semana, no Brasil e no mundo. As duas são compostas por matérias, artigos (articulistas permanentes e convidados) e entrevistas, sendo consideradas revistas de informação-geral. Foi definido o recorte temporal de quinze (15) edições para a realização da pesquisa, a partir das edições publicadas na data de 02/02/2005 às edições datadas de 11/05/2005.

3.1 Revista Veja

A revista Veja foi fundada em 1968, por Roberto Civita, filho do fundador do grupo Abril, o italiano Victor Civita, que engloba a editora Abril, responsável pela publicação

do semanário. Focando principalmente assuntos políticos e económicos, chocava-se às publicações que faziam mais sucesso na época, como *Manchete*, que se apresentava como uma resenha semanal ilustrada. Atualmente, a tiragem da revista chega a quase um milhão e 300 mil exemplares (edição n.º 1958: 1.222.121 exemplares).

O viés político acabou por se tornar uma das questões mais controversas acerca do semanário. Se no seu início *Veja* posiciona-se contrária ao regime militar, poucos anos depois de sua fundação ela se mostrava mais próxima dos círculos do Poder. Essa situação se refletiu na demissão (por pressões do governo), em 1975, do jornalista Mino Carta, um dos criadores da revista. O caráter conservador de *Veja* é destacado por sua linha editorial, defensiva dos valores da livre iniciativa económica, de acordo com Mira (2001):

A Abril vem se batendo há 30 ou 40 anos pelo caminho da economia de mercado, da abertura de fronteiras, da globalização da livre iniciativa. O papel da *Imprensa* não é ir trabalhar nos bastidores nem chegar ao ministro X e pressioná-lo: mas, sim, colocar as coisas para o leitor, tentando mudar a cabeça das pessoas nas suas páginas e não nos gabinetes (CIVITA in MIRA, 2001, pg. 78).

Por ter conquistado a maior parte do mercado, *Veja* transformou a lógica do mercado em seu guia ideológico, mostrando-se atrelada às iniciativas ou forças políticas que também tiverem como norte a premissa do liberalismo económico.

3.2 Revista Carta Capital

Fundada pelo jornalista Mino Carta em 1994, *Carta Capital* era, a princípio, uma re-

vista de circulação mensal. Entretanto, em agosto de 1996, dois anos após seu lançamento, a publicação passou a ser quinzenal, e, em 2001, adquiriu o caráter semanal que ostenta atualmente. Pertencente à editora *Confiança*, a publicação procurou mostrar-se como uma alternativa aos semanários já existentes no mercado, como *Veja* e *Isto É*, por meio de textos mais aprofundados e analíticos, contando com uma redação mais enxuta que as das outras empresas, mas valendo-se mais de colaboradores em artigos especiais. A tiragem atual da revista se encontra em cerca de 50 mil exemplares, de acordo com a revista *Imprensa* (n.º 212, maio 2006).

Quanto à linha editorial, o jornalista Bob Fernandes, ex-editor de *Carta Capital*, comenta em entrevista à revista *Caros Amigos* (edição n.º 86) que o posicionamento da revista depende da ala política que está no Poder, citando que, no caso de um governo como o que tinha como líder o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, a publicação se posiciona à esquerda. Mino Carta, em entrevista à revista *Caros Amigos* em dezembro de 2005 (edição n.º 105), considera a *Carta Capital* como uma revista de esquerda, mas de esquerda “difusa”, numa posição diferenciada em relação à própria *Caros Amigos* e outras publicações ideologicamente ligadas aos partidos dessa corrente política.

4 Análise Quantitativa

Foram analisados 30 exemplares das revistas *Carta Capital* e *Veja* (15 de cada periódico), englobando exemplares publicados entre os dias 02/02/2005 e 25/05/2005. No período, todas as revistas *Veja* publicaram alguma nota ou reportagem que envolvesse, direta ou indiretamente, assuntos relativos a

países ou personagens da América Latina. A Carta Capital, entretanto, nas edições 329 (16/02), 335 (30/03) e 338 (20/04), não publicou nenhum material que fosse relevante à problemática deste trabalho.

Para realizar esta análise, foram consideradas as seções compostas por notas ou reportagens. Seções com artigos (caso tocante às duas publicações) e frases de destaque da semana (caso de *Veja*) serão consideradas posteriormente. As categorias nas quais estão enquadradas as matérias, de acordo com os objetivos do trabalho, são: nota/reportagem, destaque, natureza do objeto, valor-notícia, origem, contextualização, visibilidade/tendência, terminologia, foto e imagem:

- Nota/reportagem: definição do formato da notícia;
- Destaque: presença de chamada na capa da revista para a reportagem;
- Natureza do assunto: as reportagens são classificadas em Brasil, comportamento, cotidiano, cultura, economia, educação, política e relações internacionais;
- Valor-notícia: fato que está sendo noticiado;
- Origem: agência, correspondente ou repórter (no caso de reportagens realizadas por profissional da publicação no Brasil);
- Contextualização: para efeitos desta pesquisa, resgate de fatos direta/indiretamente relacionados com a notícia que acontecem ao menos um mês antes da mesma;
- Visibilidade/tendência: divisão das reportagens pelo critério de positiva para abordagem com perspectiva favorável à problemática latino-americana, negativa para abordagem pejorativa ou preconceituosa sobre as questões latino-americanas ou neutra;
- Terminologia: palavras e expressões que denotam visão pejorativa ou preconceituosa sobre questões latino-americanas;
- Foto: existência de fotos para ilustração e quantidade;
- Imagem: descrição da foto para a verificação do reforço de imagens iconoclasticas, tentativas de destaque de elementos culturais ou intenção de buscar uma identidade latino-americana.

4.1 Revista Carta Capital

A revista editou 1070 páginas, compostas por 337 notas e 185 reportagens, com média de 71,3 páginas/edição. No período abrangido, foram publicadas treze (13) notas e sete (07) reportagens sobre assuntos relacionados à América Latina. Desta forma, 3,85% das notas e 3,78% das reportagens se relacionavam à temática latino-americana. O percentual de notas de agência foi 90%, e o de reportagens, 83,3% (16,7% de correspondente).

Somente uma (01) reportagem ocupou posição de destaque, o que correspondeu a 6,6% do total de capas da publicação, ou 14,28% das reportagens, e seu caráter era positivo à razão desenvolvida neste trabalho. Sobre o posicionamento positivo/negativo em relação à temá-

tica/identidade latino-americana, o material publicado por Carta Capital caracterizou-se, majoritariamente, pelo posicionamento positivo, contabilizando 70% nesta opção, enquanto notas/reportagens neutras preencheram 25% do espaço, e apenas 5% mostram visão pejorativo-preconceituosa em relação ao continente.

Considerando os valores-notícia em observância aos paradigmas desenvolvidos por Wolf (2001), 30% do material referem-se ao critério de impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, ou seja, relativo aos interesses brasileiros no continente. Este resultado demonstra não haver, obrigatoriamente, necessidade, para Carta Capital, que as notícias sobre a América Latina possuam elementos que as relacionem ao Brasil. Em geral, essas informações se caracterizam por ressaltar questões relativas à política econômica seguida pelos países na América Latina e suas conseqüências nas relações internacionais, de maneira que os presidentes do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, da Venezuela, Hugo Chávez, e da Argentina, Néstor Kirchner, acabam sendo personagens constantes. Sobre o conteúdo que não aborda temas relacionados diretamente ao Brasil, a maior parte conferiu espaço à notas/reportagens sobre a conjuntura econômica argentina, notadamente à recuperação experimentada pelo país.

A grande maioria das fotos/imagens – total de vinte e uma (21) – retratou integrantes do corpo oficial, o que pode ser explicado pelo destacado viés de análise político-econômica que o semanário cultiva desde sua fundação. Sete (07) imagens retrataram manifestações (protestos pró/contra governos, pichações), mas, contudo, as legendas das fotos nunca apontam para a caracteriza-

ção da movimentação popular como balbúrdia, notabilizando-as como direito do povo e exercício da cidadania. Os maiores protagonistas das imagens foram os presidentes Lula e Chávez, que apareceram quatro (04) vezes cada um. O presidente Kirchner figurou em três (03) fotos. O elevado número de representantes oficiais nas páginas de Carta Capital delineia visão mais sensata deste semanário em respeito das questões da América Latina, pois não se prende a caracterizações estereotípicas dos problemas destes países, como traficantes de drogas ou exércitos (legais/ilegais) armados.

4.2 Revista Veja

A revista editou 2022 páginas, compostas por 1105 notas e 345 reportagens, com média de 134,8 páginas/edição. No período abarcado, houve a publicação de nove (09) notas e vinte (20) reportagens sobre assuntos relacionados à América Latina. Desta forma, 0,81% das notas e 5,79% das reportagens se relacionavam à temática latino-americana. O percentual de notas de agência foi 100%, e o de reportagens, 65% (35% de repórter). Duas (02) reportagens foram destaque, no total de 13,3% das capas, ou 10% das reportagens. Essas duas reportagens assinalam caráter negativo sobre o continente.

Em consideração à visibilidade/tendência, 75,86% do material editado em Veja apresentou posicionamento negativo em relação à problemática latino-americana. De resto, 20,68% das notícias foram consideradas neutras, enquanto o índice de notas/reportagens qualificadas como positivas foi de 3,44%. O resultado denota a difusão de uma imagem torpe do bloco continental latino-americano, composta por estereótipos

de toda espécie, pela revista de maior circulação e repercussão do país na atualidade.

Quanto ao conceito de impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, o número de reportagens é de 48,27%, o que demonstra que, para *Veja*, há maior possibilidade das informações sobre a América Latina serem publicadas se seus valores-notícia forem relacionados, de alguma forma, ao Brasil. Esta predileção pode ser ilustrada pelo material publicado sobre a deposição do presidente equatoriano Lucio Gutiérrez: enquanto uma reportagem considera o acontecimento tanto como fato em si quanto como exemplo da desordem política latino-americana, uma nota, na edição seguinte, trata da perplexidade de empresas brasileiras que haviam assinado acordos durante o mandato do ex-presidente. Além disso, boa parte do material contabilizado equivale a uma série de cinco (05) reportagens sobre o suposto envolvimento entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e as Farc. As outras matérias tratam do relacionamento econômico entre o Brasil e outros países latinos como Venezuela, Cuba e Argentina. Sobre as outras matérias que abordam a América Latina, duas como protagonista o presidente venezuelano Hugo Chávez, como análises e conjecturas acerca de suas intenções no continente.

A propósito da representação fotográfica da América Latina pela revista, a maior referência foi, novamente, Hugo Chávez, que apareceu em dez (10) fotos. Em seguida, as manifestações populares foram retratadas em seis (06) oportunidades, mas, ao contrário do que acontece em *Carta Capital*, em *Veja* elas são descritas por dois modos: 1) Tratam-se massas manipuladas em apoio aos governos; 2) Caracterizam-se por baderneiros ideologicamente iludidos. Há ainda ele-

mento destacado nas páginas de *Veja* que não aparece, em nenhum momento, em sua concorrente: imagens de guerrilheiros armados. Elas são veiculadas em três reportagens sobre as Farc e em uma sobre Hugo Chávez. Visualmente, a publicação apresenta ao leitor a construção de universo latino-americano de extrema violência e agitação política, conduzido, principalmente, pelo “coronel de Caracas” (como a revista se refere em algumas oportunidades a Chávez).

5 Análise Qualitativa

A Análise Qualitativa foi definida a partir de três eixos temáticos:

I – Atentar para a formação de uma identidade sociocultural latino-americana – de caráter positivo ou negativo;

II – Investigar a origem das notícias sobre a América Latina em observância à contextualização de tais notícias;

III – Examinar o posicionamento das revistas *Carta Capital* e *Veja* em relação à temática latino-americana.

5.1 Identidade cultural

Segundo Fernandes (1998), os países latino-americanos, mais do que pela localização geográfica somente, são unidos por problemas contemporâneos, como defasagem tecnológica, marginalização e laços de dependência com as grandes potências, decorridos do período de exploração colonial. Desta forma, o Brasil encontra-se, de forma evidente, como parte integrante – e integrada – da América Latina.

No entanto, tal definição de latinidade brasileira pode ser abalada ao folharmos comparativamente as páginas de *Carta Capital* e

Veja. A primeira, em geral, procura destacar a conexão brasileira com a região. Um exemplo é a seção Nós e o mundo, no qual são publicadas reportagens tanto sobre o Brasil quanto sobre os países latino-americanos, explicitando inequivocamente a abrangência do conceito de identidade cultural para o espaço brasileiro. Na reportagem De Bruxelas a Montevideu (edição nº332), o caráter de inclusão brasileira na latinidade é visualmente concebido pela reprodução da capa do jornal argentino Página/12, na qual aparecem os presidentes da Venezuela (Hugo Chávez), da Argentina (Néstor Kirchner) e do Brasil (Luiz Inácio Lula da Silva) caracterizados como mosqueteiros, representando a busca por “um outro caminho”, como afirma o semanário, pelos líderes sul-americanos.

A revista Veja não procura associar Brasil e América Latina da forma automática que acontece com sua concorrente – ou, pelo menos, não vê nesta associação um caráter positivo. O fato da deposição do presidente equatoriano rende exemplo interessante: a reportagem possui o título de Mais um que se vai (edição nº1902), e a primeira frase, alegórica, é “o Brasil é um oásis de estabilidade econômica e política num continente com predomínio de países em frangalhos institucionais. Basta olhar em torno”. É exemplar o posicionamento da revista para ilustrar pressuposto elucidado por Carvalho (1992), segundo o qual as elites políticas brasileiras, durante o processo histórico dos últimos três séculos, procuraram ao máximo afastar-se de vinculação com os países da América hispânica, utilizando, como justificativa, a desordem social destas nações, vistas como palco do caudilhismo. Na mesma reportagem, outra passagem corrobora o conceito defendido pelo autor: “Arregimentada por popu-

listas, fanfarrões e demagogos, como Gutiérrez e Chávez, parte da população está pronta para sair à rua e virar tudo de pernas pro ar, mesmo que com isso só aprofunde a própria pobreza”.

A utilização da figura do caudilho é recorrente em Veja. Um exemplo é a reportagem O encanto do coronel (edição nº 1891):

Já o presidente venezuelano é da categoria ‘caudilho iluminado’, tipo comum na América hispânica, que se empenha em reconstruir o continente de acordo com suas fantasias revolucionárias. Na prática, Caracas tenta substituir Havana como quartel-general da esquerda violenta (BARELLA, p. 51 in: Veja, nº 1891)

Além de Hugo Chávez, outras duas personalidades são ocupantes constantes da vaga de caudilho: o presidente cubano Fidel Castro, comandante de um “Estado oficial de mendicância” (edição nº 1903) e o então líder sindical Evo Morales, caracterizado continuamente como “cocaleiro”.

Excetuando-se elogios ao Chile, país comandado por governo socialista que segue uma política econômica tida como liberal, a presença de presidentes de partidos de esquerda na maioria dos países da América Latina é mote para Veja destacar um “eixo do mal” constituído por Venezuela, Cuba e líderes esquerdistas de outros países. Denunciando a formação de “círculos bolivarianos” por iniciativa de Hugo Chávez, o periódico sustenta que esta aproximação poderia ser apenas “mais uma risível patuscada de repúblicas bananeiras” (edição nº 1903). Durante o período de análise, cinco (05) reportagens – 25% do total – falam sobre a suposta ligação entre os guerrilheiros das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (Farc)

e o partido do presidente brasileiro Lula. Em apenas duas das reportagens sobre o assunto não há a imagem de guerrilheiros armados – mas há, neste caso, uma na qual é retratado um militar brasileiro dentro de um helicóptero com metralhadora.

O tema da série de reportagens sobre a ligação entre Farc e PT, porém, modifica-se: no início, denunciava o auxílio financeiro da guerrilha ao partido, como pode ser observado no trecho destacado: “A Abin descobriu que as Forças Revolucionárias da Colômbia (Farcs) deram dinheiro para militantes petistas” (edição n° 1896). No entanto, na última matéria publicada sobre o caso, a revista defende que está investigando a ocultação, pela Abin, da investigação da relação PT-Farc, não sua veracidade. *Veja* adota outro tom: “O assunto (caso Farcs-PT) voltou à baila em uma reportagem publicada por *VEJA* há três semanas. Ali não se acusou o PT de ter recebido dinheiro das Farcs. Até hoje, não se sabe se isso aconteceu” (edição n° 1899).

A seção Frases fez uma compilação de declarações referentes à questão da reforma agrária, intitulada “Já ouviu isso em algum lugar?”, na qual um governador venezuelano, o presidente Chávez, o líder do MST João Pedro Stédile e o programa de governo da Coligação Lula Presidente atestam a necessidade da redistribuição de terras, cada um em um contexto diferente. De acordo com sua política editorial, *Veja* busca afirmar que essa relação entre personagens latino-americanos apenas confirma o atraso econômico-social do continente.

A análise de produtos culturais ilustra bem a constituição do referencial latino-americano pelas duas revistas. O filme *Maria Cheia de Graça* (*Maria Full of Grace*, EUA,

2004) é apresentado, nos dois periódicos, como a história de uma traficante de drogas colombiana. *Carta Capital* (edição n° 337) ao tratar da nacionalidade da personagem Maria, cita as dificuldades de sobrevivência no interior de seu país, um dos motivos que a leva a entrar no submundo do crime – a reportagem mostra tal situação como se ela pudesse ocorrer em qualquer outra nação. Por sua vez, *Veja* (edição n° 1899) fixa a idéia de um país que só pode ser caracterizado pelo tráfico de drogas e todas as suas conseqüências: “O único sonho de Maria e das pessoas que ela encontra é, na verdade, um sonho colombiano. Mas esse deu estrondosamente errado”. Salienta-se uma passagem do texto para esclarecimento acerca da orientação de *Veja* quanto à identidade latino-americana: “O tráfico de drogas está de tal forma entranhado no dia-a-dia da Colômbia, propõe ele (o diretor), que adquiriu o ar de modo de vida escuso, porém viável”. Hester (1980) coloca a predileção dos meios de comunicação dos países desenvolvidos, no espaço reservado às notícias provindas dos países subdesenvolvidos, para fatos referentes à barbárie social e econômica. O cinema, como meio de comunicação de massa, reproduz essa visão, e *Veja* adota destacadamente tais parâmetros.

5.2 Falta de contextualização

A grande maioria das notícias publicadas em *Carta Capital* e *Veja* (entre notas e reportagens, 100% na primeira e 74% na segunda) está contextualizada de acordo com os parâmetros definidos (resgate de fatos direta/indiretamente relacionados com a notícia que acontecem ao menos um mês antes da mesma). Contudo, a extensa utilização de notícias procedentes de agências de no-

tícias acaba por criar estranhas distorções, já que, de acordo com Hester (1980), os países latino-americanos costumam receber notícias de seus vizinhos não diretamente por eles, mas por agências de baseadas nos EUA ou países europeus.

A edição n° 1895 de *Veja* mostra tal acontecimento. Na reportagem *Mais um no clube*, ao interpretar a posse de mais um presidente socialista na América do Sul (Tabaré Vázquez, no Uruguai), o periódico afirma que a tendência entre os países do bloco é de “presidentes de esquerda comprometidos com a estabilidade monetária e sem oferecer riscos à economia de mercado”. Porém, nas linhas seguintes, o texto elenca os referidos presidentes amigos do mercado: Lula, Hugo Chávez e Néstor Kirchner. Além da intrigante presença de Chávez na lista, firmemente mal-versado pela publicação (cognominado sempre com o termo “populista”, entre outros), causa estranheza a citação a Kirchner, pois, 40 páginas à frente, encontra-se a reportagem *A maior moratória... e o maior calote*, na qual, segundo o semanário, o presidente argentino “dá o maior calote da história”.

Em *Carta Capital*, faz-se necessário o destaque acerca das reportagens sobre a deposição do presidente equatoriano Lucio Gutiérrez. A matéria *Continente desgovernado* (edição n° 340) define o acontecimento como “um movimento relativamente cordato, urbano e de classe média”, diminuindo sua intensidade aos olhos do público-leitor. Mas a reportagem da edição anterior, *As ruas, outra vez no poder* (edição n° 339) relatava um movimento popular frenético, com Gutiérrez declarando estado de sítio e tentando empastelar uma estação de rádio comunitária que estaria organizando os protestos contra que

bradavam por sua saída do cargo. “O presidente, protegido no palácio por três mil policiais e militares, continuou a rejeitar qualquer possibilidade de abreviar o mandato, enquanto o movimento crescia”. Logo após, ele precisou deixar o palácio de helicóptero, buscando asilo na embaixada do Brasil.

Outras reportagens são produzidas por repórter doméstico, a maioria em *Veja*. O tema da maioria dessas reportagens foi a citada série sobre a suposta relação PT-Farc. A abordagem contempla uma visão voltada apenas para as implicações dessa relação para o Brasil. No caso de *Carta Capital*, há uma nota sobre o êxito do jogador de futebol argentino Carlos Tevez que se apresenta de forma destoante com a orientação seguida, em geral, pelo semanário. O *Apache* sela a paz (edição n° 328) ofende tanto ao futebolista, chamando por *Apache* (termo preconceituoso para designar sua procedência, a favela de El Apache, em Buenos Aires), quanto aos torcedores do clube do argentino no Brasil, o *Corinthians*, identificados como “manos da *Cohab Cidade Tiradentes*, zona leste de São Paulo”.

Apenas uma reportagem é produzida por correspondente. A *Carta Capital* publicou *Onde a esperança venceu o medo* (edição n° 332), que apresenta contextualização significativa aos interesses do público brasileiro, como medidas contra a crise econômica tomadas pelos comerciantes argentinos e a variação do nível de violência na cidade de Buenos Aires. Como foi defendida por Rossi (1994), a visão proveniente do correspondente/enviado especial de cada país sobre os acontecimentos é insubstituível, aproximando o público-leitor da realidade do país noticiado, sensação que as notícias de agência, por serem pasteurizadas ao gosto das

empresas transnacionais de informação ou mesmo de órgãos estatais, não conseguem transmitir ao leitor. Embora sejam de extrema importância para as *routines* produtivas, as notícias distribuídas pelas agências despessoalizam a cobertura internacional.

5.3 Posicionamento diferenciado

Os dois semanários apresentam visões extremamente discordantes sobre os assuntos e personagens relativos à Latinoamérica, o que pode ser explicado em duas frentes: como citado por Molotch e Lester (1999), é resultado da distorção involuntária e recontextualização do fato em uma realidade jornalística. A distorção involuntária é um dos reflexos de linhas editoriais bastante diferenciadas, o que faz com que as publicações acabem seguindo em direções opostas.

As reportagens sobre a moratória da dívida externa argentina ilustram de forma satisfatória as diferenças entre os pontos de vista das publicações acerca dos assuntos latino-americanos. No caso de *Veja*, a matéria *Eles dançaram no “tango bonds”* (edição n° 1893) afirma que o presidente Kirchner estaria dando um grande calote ao determinar que iria pagar 30 centavos de cada dólar devido a seus credores. A reportagem, então, focaliza alguns aposentados italianos que, aconselhados por seus bancos, investiram economias na Argentina. Alguns dos idosos atacam ferozmente os argentinos, como na fala de um deles:

“O governo italiano deveria mandar navios e bloquear o Rio da Prata para forçar o governo argentino a pagar o que nos deve. Jamais comerei carne argentina de novo. E pensar que boa parte deles tem origem italiana... é

inacreditável” (NUCCI, pg. 79 in: *Veja*, n° 1893)

No dia 09/03, as duas revistas publicaram reportagens sobre o mesmo tema. A *Carta Capital*, na reportagem *Há vida após a moratória* (edição n° 332), sustenta que a atitude argentina foi exemplar para outros países sufocados por dívidas externas. O semanário assevera que “Kirchner dá baile nos credores e abre novas vias aos países endividados”, e justifica que o país não tinha condições de pagar toda a dívida. No final da reportagem, o periódico provoca o veículo midiático concorrente ao afirmar:

E quanto aos tais aposentados italianos? Bem, terão de entender que o governo de Buenos Aires não tem o direito de preterir o bem-estar de dezenas de milhões de argentinos por algumas centenas de milhares de europeus e acertar suas contas com seus verdadeiros algozes, os bancos que lhes empurraram o que sabiam ser um mico sem tamanho (COSTA, pg.21 in: *Carta Capital*, n° 332)

Veja apregoa, em *A maior moratória... e o maior calote* (edição n° 1895), que a ação argentina não caracteriza atitude necessária à sobrevivência econômica da nação, mas sim, citando o dicionário Houaiss, “logro, burla, trapaça”. O posicionamento de *Veja* é diametralmente oposto ao de *Carta Capital*, como é delineado por trecho da reportagem *Continente desgovernado* (edição n° 340): “Se um governo perde poderes regulatórios, recursos financeiros e instrumentos de intervenção para implantar políticas econômicas e sociais, ou mesmo sustentar decentemente os sistemas de saúde, educação e segurança, o que lhe resta?”.

De acordo com Vilas Boas (1996), o texto jornalístico em revista, ou estilo magazine, procura propiciar ao leitor mais do que apenas noticiar o fato. Por meio de um caráter quase literário, sua função é apresentar uma contextualização dos acontecimentos, o que, desta forma, o faz refutar o conceito de imparcialidade jornalística. Como foi visto, esta contextualização seguirá os parâmetros de cada publicação. Usualmente, as revistas, como forma de legitimarem seu enfoque, publicam entrevistas com profissionais cujas opiniões estejam em sintonia com as da empresa. A contraposição de declarações de fontes é apropriada ao momento. Na referida reportagem sobre os “tango bonds”, Veja veiculou a fala do aposentado italiano Tommaso Procópio: “um país não some do mapa, há sempre onde cobrar o dinheiro”. Já Carta Capital publicou, na matéria que defendia a ação argentina, declaração do ex-secretário das Finanças do país, Miguel Kiguél: “O Estado sempre é o Estado e tem mais capacidade do que os bonistas esperavam. Um país não é uma empresa e não está sujeito à lei de falências”.

Ainda tomando como exemplo o caso da moratória argentina, Veja dá voz ao economista argentino Gerardo della Paolera, numa entrevista intitulada São só bravatas (edição n° 1897): “A experiência argentina não deveria servir de exemplo para país algum, muito menos para o Brasil”. Sob o título A renegociação vista do Brasil (edição n° 332), Carta Capital abre espaço para declarações de economistas e outros profissionais do setor econômico que seguem em outro caminho, como ex-presidente do BNDES, Carlos Lessa: “A Argentina cresce sem parar. O Kirchner vai virar um herói (...). A opção aqui é pela estagnação”.

Observa-se claramente a orientação das revistas de acordo com suas políticas editoriais. Carta Capital, expressando suas preocupações acerca da “rediscussão e redimensionamento do poder” no continente, dispõe-se de maneira simpática aos governos relacionados à esquerda, mas não ataca a imagem dos países que são governados por partidos de direita, como Colômbia ou Paraguai. É conveniente observar que, de maneira até certa forma inesperada, na nota O Jânio que deu certo (edição n° 333) a revista recrimina a postura da frente política de esquerda MAS (Movimento ao Socialismo), do deputado Evo Morales, por estar dificultando o estabelecimento de um pacto de governabilidade na Bolívia. Deve-se notar que a questão da integração latino-americana (e à América Latina) historicamente é uma das preocupações dos pensadores de esquerda no Brasil.

A revista Veja faz erigir uma representação da Latinoamérica no qual predominam textos que tratam as notícias de forma estereotípica. Por vezes, o posicionamento da publicação pode ser considerado fastidioso, como, por exemplo, numa reportagem (edição n° 1899) que tratava do final do acordo entre o Brasil e o FMI (e, portanto, não contabilizada na Análise Quantitativa). A revista publicou imagem de manifestantes argentinos contrários ao organismo com a legenda “Manifestação em Buenos Aires de repúdio à política econômica e, claro, ao FMI: ilusão ideológica”. Também há uma reprodução extenuante da posição contrária ao presidente da Venezuela, Hugo Chávez, e às instituições cubanas como um todo, desde seu presidente Fidel Castro até seu sistema de saúde. É importante lembrar que entre os preceitos da política editorial de Veja

encontra-se “colocar as coisas para o leitor, tentando mudar a cabeça das pessoas nas suas páginas e não nos gabinetes”.

A veiculação de conceitos pelos meios de comunicação, como observado por autores como Hall e Garcia Canclini, é destacadamente significativa para o entendimento da formação de identidades culturais na pós-modernidade. É expressivo que, como visto na Análise Quantitativa, praticamente metade das notícias relativas à América Latina em *Veja* sejam também co-relacionadas ao Brasil. O semanário ressalta sobremaneira a preponderância do país no continente, e a visão que *Veja* possui sobre a região acaba por tentar atestar uma superioridade brasileira sobre os outros países latinos. Esta percepção, embora justificável de acordo com referentes financeiros (já que a própria revista distingue, em certas ocasiões, o realce dos indicadores sociais chilenos), constitui-se desastrosa para o entendimento da problemática latino-americana como um todo, pois escamoteia um diverso painel de realidades. Evocando Carvalho (1999) e Prado (2001), tais observações mostram que, de certa forma, o Brasil continua de costas para a América Latina.

6 Conclusão

De acordo com os resultados da observação comparativa entre as publicações, nota-se a existência clara de duas tendências na construção das notícias sobre a América Latina realizada pelas duas publicações. *Carta Capital* dimensiona as informações de maneira com que haja a ênfase da inserção do Brasil no universo sócio-político-cultural do espaço latino-americano, inclusive com a seção Nós e os outros, palco para a publicação de no-

tícias sobre o Brasil e sobre os países latinos. O semanário utiliza-se, repetidas vezes, da conceituação do Brasil como parte integrante da latinidade, principalmente em reportagens de cunho econômico, que se encaixam na similitude de um bloco continental caracterizado pela história colonial, a dependência das grandes potências e o atraso econômico e social.

Veja mostra-se impassível à problemática latino-americana, sendo que, várias vezes, seus destaques para os problemas enfrentados pelo continente são realizados de forma pejorativa e preconceituosa. A revista entrega-se aos clichês para caracterizar a *Latinoamérica*, e a representação de “repúblicas bananeiras”, para utilizar uma das definições encontradas nas páginas do semanário, configura uma região em constante tumulto político, sendo entremeada pelas menções ao tráfico de drogas. Note-se que, de acordo com Steinberger (2005, p. 210), “no plano internacional (...) a mídia tem o poder de construir a imagens de determinados países, governos ou organizações junto à opinião pública ocidental”.

Outro ponto considerado na pesquisa foi a contextualização das notícias. De maneira geral, as duas publicações utilizaram-se majoritariamente de notícias procedidas de agências internacionais – apenas uma reportagem, em *Carta Capital*, utilizou-se de correspondente. O uso do repórter in loco é importante para que a visão acerca da notícia adquira os contornos de interesse para os diversos públicos brasileiros, o que não acontece com a homogeneizada cobertura feita pelas agências transnacionais. Com obviedade, a manutenção de correspondentes internacionais ou enviados é dispendiosa, mas faz com que seja evitada a publicação de no-

tícias com caráter conflituoso dentro do veículo midiático, o que se volta contra a credibilidade da própria empresa. O caso citado dos elogios de uma reportagem de *Veja* aos presidentes Hugo Chávez e Néstor Kirchner, invariavelmente censurados pela publicação, é simbólico desta contextualização deficiente.

O posicionamento ante as questões latino-americanas das duas revistas mostra-se decorrente das linhas editoriais diferenciadas seguidas pelos periódicos. Enquanto *Carta Capital* deixa transparecer maior preocupação com aspectos e conseqüências sociais dos fatos acontecidos no continente, *Veja* mostra ocupar-se com os interesses do capital, sejam eles nacionais ou estrangeiros – no caso observado, amplamente estrangeiros, partindo sempre da idéia de que a não-adoção dos preceitos econômicos liberais é representativa do anacronismo latino-americano. Ao levarmos em consideração o presente quadro, demonstra-se a postura de parte significativa das elites brasileiras que detêm grande poder sobre os meios de comunicação, principais fornecedores do senso comum – ou, como os mesmos gostam de afirmar, “opinião pública” – na atualidade. Tal posicionamento desacredita a capacidade do continente de encontrar saídas para suas questões mais graves.

7 Bibliografia

- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia como conhecimento*. Ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil: atualizada até a emenda constitucional nº 30*. São Paulo: ed. Iglu, 2000.
- CAROS AMIGOS, equipe. *Entrevistas Explosivas: Bob Fernandes* In: revista *Caros Amigos*, nº 86. São Paulo: ed. Casa Amarela, 2004.
- CAROS AMIGOS, equipe. *Entrevistas Explosivas: Mino Carta* In: *Caros Amigos*, nº 105. São Paulo: ed. Casa Amarela, 2005.
- CARTA, Mino. *O otimismo e a luz da razão*. In: *Carta Capital*, nº 1. São Paulo: ed. Confiança, 1994.
- CARVALHO, José Murilo de. *Brasil: outra América?* In: *Pontos e Bordados: escritos de história e política*. Belo Horizonte: ed. UFMG, 1999.
- CHOMSKY, Noam. *Um olhar sobre a América Latina*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1998.
- DESGUALDO, Paula; VENCESLAU, Pedro. *A esquerda editorial* In: *Revista Imprensa*, nº 212. São Paulo: Imprensa Editorial, 2006.
- FERNANDES, Florestan. *Padrões de dominação externa na América Latina* In: BARSOTTI, Paulo; PERICÁS, Luiz Bernardo. *América Latina: história, idéias e revolução*. São Paulo: Xamã, 1998.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: ed. UFRJ, 1999.

- GUARESCHI, Pedrinho. Comunicação e poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2000.
- HESTER, Al. As agências noticiosas ocidentais: problemas e oportunidades nas notícias internacionais In: REYES MATTA, Fernando. A informação na nova ordem internacional. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- MATTELART, Armand. Comunicação-mundo: histórias das idéias e das estratégias. Petrópolis: Vozes, 1995.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988
- MIRA, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas. São Paulo: ed. Fapesp, 2001.
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marylin. A notícia como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos In: TRAQUINA, Nélon (org.). Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'. Ed. Lisboa: Vega, 1999.
- NATALI, João Batista. Jornalismo internacional. São Paulo: Contexto, 2004.
- OLIVEIRA, Ana Maria Rodrigues de. Imprensa e Globalização: tendências atuais do noticiário internacional no Brasil. Belo Horizonte: ed. PUC-MINAS, 1998.
- PIERNES, Guillermo. Comunicação e desintegração na América Latina. Brasília: ed. Universidade de Brasília, 1990.
- PRADO, Maria Ligia C. O Brasil e a distante América do Sul. Revista de História. São Paulo, p. 127-149, 2001.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1999.
- ROSSI, Clóvis. Enviado especial: 25 anos ao redor do mundo. São Paulo: SENAC, 1999.
- ROSSI, Clóvis. O que é jornalismo. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SOMAVIA, Juan; REYES MATTA, Fernando. A informação na nova ordem internacional. Rio de Janeiro: PAZ e TERRA, 1980.
- STEINBERGER, Margarethe Born. Discursos Geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina. São Paulo: EDUC, FAPESP, Cortez, 2005.
- THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TRAQUINA, Nélon (org.). Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'. Lisboa: Vega, 1999.
- VILAS BOAS, Sérgio. O estilo magazine: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação.
Lisboa: Presença, 2001.