

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, COMUNICAÇÃO, LETRAS E ARTE - FAFICLA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DA DIFUSÃO DE NOTÍCIAS DA AMÉRICA LATINA NA EUROPA:
uma abordagem sobre a formação de estereótipos**

SÃO PAULO
2023

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DA DIFUSÃO DE NOTÍCIAS DA AMÉRICA LATINA NA EUROPA:
uma abordagem sobre a formação de estereótipos**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo (PUC-SP) como
exigência parcial para obtenção do título
de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Milton Pelegrini

SÃO PAULO

2023

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DA DIFUSÃO DE NOTÍCIAS DA AMÉRICA LATINA NA EUROPA:
uma abordagem sobre a formação de estereótipos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) como parte das exigências para Graduação no curso de Bacharelado em Jornalismo, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em ____ de _____ de 2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Mauro Luiz Peron
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Prof. Dr. Milton Pelegrini
Presidente da Banca Examinadora
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Prof. Dr. Rodrigo Browne-Sartori
Universidad Austral de Chile

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos amores da minha vida.

Ao meu pai, que realiza todos os meus sonhos, sem exceção e ainda o faz como se fossem os seus.

À minha mãe, a primeira pessoa que contei que cursaria Jornalismo e que sempre me incentivou, incondicionalmente, em todas as minhas decisões acadêmicas, profissionais e pessoais.

À minha irmã, que me faz almejar compartilhar nossos sonhos e vivê-los sempre juntas.

E, claro, a Lola, por trazer ternura a toda minha trajetória.

Maria Sofia Aguiar de Oliveira

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu pai e minha mãe por sempre estarem presentes e me apoiarem no desenvolvimento do meu TCC, sem eles com certeza teria sido muito mais difícil. À minha irmã, por deixar tudo sempre mais leve e divertido.

Agradeço imensamente ao professor Milton Pelegrini, por sempre clarear minhas ideias e me fornecer os melhores direcionamentos para a realização deste trabalho.

À PUC-SP, que me proporcionou viver a melhor experiência da minha vida: meu intercâmbio para Santiago de Compostela, na Espanha, em 2022, onde tive o meu primeiro *insight* sobre este trabalho que, futuramente, seria o estudo aqui apresentado.

RESUMO

O fluxo de informação da América Latina para a Europa por meio de representações midiáticas, muitas vezes se baseando em estereótipos simplificados e exóticos, leva à formação de percepções distorcidas e generalizações, muitas vezes negativas, sobre a região e seu povo. Este projeto tem como objetivo investigar o fluxo de informação da América Latina para a Europa e sua relação com estereótipos sobre os latinos presentes na produção editorial jornalística europeia. Desde o surgimento e funcionamento da cobertura midiática durante a colonização da América Latina, há uma análise combinando métodos qualitativos e quantitativos que comprova a existência de padrões de tratamento preconceituoso de conteúdos jornalísticos na mídia. Trata-se de uma pesquisa documental sobre a cobertura midiática da América Latina na Europa, identificando padrões de representação, estereótipos e vieses pré-concebidos nas narrativas jornalísticas. Com isso, espera-se obter uma compreensão da natureza político-cultural, quase sempre colonialista, do fluxo da informação da América Latina para a Europa.

Palavras-chave: América Latina; Europa; Imprensa; Estereótipos.

ABSTRACT

The flow of information from Latin America to Europe through media representations, often based on simplified and exotic stereotypes, leads to the formation of distorted perceptions and generalizations, often negative about the region and its people. The aim of this project is to investigate the flow of information from Latin America to Europe and its relationship with stereotypes about Latinos present in European journalistic editorial production. Since the emergence and functioning of media coverage during the colonization of Latin America, there has been an analysis combining qualitative and quantitative methods that prove the existence of patterns of prejudiced treatment of journalistic content in the media. This is documentary research into media coverage of Latin America in Europe, identifying patterns of representation, stereotypes and preconceived biases in journalistic narratives. In doing so, it is hoped to gain an understanding of the political and cultural nature, almost always colonialist, of the flow of information from Latin America to Europe.

Keywords: Latin America; Europe; Press; Stereotypes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Foto do primeiro-ministro português	58
Figura 2 – Diário de Notícias, Portugal.....	59
Figura 3 – As muitas vítimas do Golpe.....	60
Figura 4 – El País, Espanha.....	60
Figura 5 – Imagem da bandeira chilena sendo homenageada	61
Figura 6 – Candidatos argentinos	63
Figura 7 – <i>Diário de Notícias</i> , Portugal.....	64
Figura 8 – Massa e Milei na perspectiva de <i>El País</i>	65
Figura 9 – Figura 9 – <i>El País</i> , Espanha.....	65
Figura 10 – Sergio Massa na perspectiva de <i>La Repubblica</i>	66
Figura 11 – Jornal <i>La Repubblica</i> , da Itália	66
Figura 12 – Massa e Milei na perspectiva da BBC.....	67
Figura 13 – BBC, do Reino Unido	68
Figura 14 – O 8 de janeiro sob o olhar do <i>Diário de Notícias</i> , de Portugal	70
Figura 15 – <i>Diário de Notícias</i> , de Portugal.....	70
Figura 16 – <i>La Repubblica</i> , da Itália, e o 8 de janeiro	71
Figura 17 – O extremismo político nas lentes da BBC	72
Figura 18 – “Como chegamos a esse ponto?”	73

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO	13
1.1 O SURGIMENTO DE CANAIS DE TRANSMISSÃO DA INFORMAÇÃO DA AMÉRICA LATINA PARA A EUROPA NO PERÍODO COLONIAL	13
1.2 AS VISÕES DO "NOVO MUNDO"	18
1.3 AS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS INTERNACIONAIS INCORPORADAS NA AMÉRICA LATINA	21
1.3.1 Um breve panorama sobre primeiras agências internacionais da história	21
1.3.2 Agências de notícias, suas operações e divisões pelo mundo	27
1.3.3 Inter Presse Service (IPS) Terceiro Mundo	29
1.4 A CRIAÇÃO DE MERCADOS INFORMATIVOS E AS ZONAS DE INTERESSE CRIADAS PELAS AGÊNCIAS INTERNACIONAIS	31
1.5 COLONIZAÇÃO MIDIÁTICA	32
CAPÍTULO 2: A COBERTURA MIDIÁTICA DA AMÉRICA LATINA NA EUROPA E A INFLUÊNCIA NA CRIAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS E CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES CULTURAIS	36
2.1 A NOVA ORDEM MUNDIAL DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO: O RELATÓRIO MCBRIDE	36
2.1.1 Um breve panorama sobre a criação do documento	36
2.1.2 A concentração midiática e os nichos de mercados globais	38
2.1.3 A influência do ciberespaço na concentração midiática	40
2.2 A "CENSURA INVISÍVEL"	42
2.2.1 A notícia e a informação como mercadoria negociável	42
2.2.2 O silenciamento da América Latina	42
2.3 OS ESTEREÓTIPOS LATINO-AMERICANOS DITADOS PELA MÍDIA	46
2.3.1 A (des)colonização do imaginário	46
2.3.2 Alteridade e Identidade	49
2.3.3 Padrões de representação na cobertura e visão europeia e reprodução da mídia latino-americana	50
CAPÍTULO 3: ANÁLISES QUALITATIVAS DA MÍDIA EUROPEIA: 3 CASOS	57
3.1 CASO 1 – 50 ANOS DO GOLPE DO CHILE	57
3.2 CASO 2 – ELEIÇÕES NA ARGENTINA	62
3.3 CASO 3 - 8 DE JANEIRO (TENTATIVA DE GOLPE NO BRASIL)	69
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	75

REFERÊNCIAS 77

INTRODUÇÃO

A relação entre colonizador e colonizado, dentro do período e contexto histórico da Europa e América Latina, vai muito além das questões geopolíticas e territoriais. E não terminou com a independência conquistada por cada país.

Quando se estuda o surgimento e o funcionamento dos meios de comunicação e o fluxo de informação desde a rota das grandes navegações e descobrimentos, nota-se que, a partir desse momento, aquilo que seria o princípio de uma "imprensa", se desenhava em conjunto com o poder político e econômico, estabelecendo-se, desde então, o início da comercialização da informação – que operava (e ainda opera) de acordo com os interesses dos países colonizadores sobre as regiões/países colonizadas/os.

Exemplo disso é a famosa Carta de Pero Vaz de Caminha, datada de 1500, que pode ser considerada um marco histórico na compreensão da relação entre Europa e América. Este documento, o primeiro de seu tipo, apresenta a visão dos europeus sobre os sul-americanos e o Novo Mundo. A carta descreve as primeiras impressões dos portugueses ao desembarcarem em terras desconhecidas, estabelecendo, assim, um novo panorama histórico.

Desde então, essas primeiras descrições dos europeus sobre os latino-americanos se transformaram em estereótipos que moldaram a imagem da América Latina. Esses estereótipos foram difundidos por toda a Europa através de relatos, cartas e livros de navegantes. À medida que o interesse pela coleta, síntese e disseminação das informações sobre as novas descobertas crescia entre os curiosos e também não curiosos do Velho Continente, surgiu aquilo que se constituiria nas agências de notícias internacionais, responsáveis por divulgar o que se sabia sobre o Novo Mundo.

Com o surgimento, crescimento e avanço das agências e os conglomerados midiáticos, criados e sempre vindos do Ocidente, ficou evidente a monopolização da mídia, deixando claro (para os especialistas) que os conflitos são ditados a partir da lógica ocidental, dividindo governos em bons e ruins de acordo com seus interesses e tentando ancorar os princípios do *status quo* dominante.

Quando os conflitos e acontecimentos ao redor do mundo são interpretados e transmitidos através desta perspectiva ocidental, influencia-se a narrativa e molda-se a percepção da audiência, criando-se, portanto, conceitos, definições enganosas e

estereótipos sobre determinado povo ou assunto, já que é lucrativo e de interesse do Ocidente que a população siga pensando como eles.

Não é surpreendente, portanto, que hoje em dia a notícia e a informação sejam tratadas como mercadorias negociáveis pelos grandes grupos de mídia. Sob uma visão orientada pelo lucro, essas empresas muitas vezes priorizam a maximização de seus ganhos em detrimento de sua responsabilidade social na disseminação de informações precisas e imparciais. Afinal, é cada vez mais comum presenciar casos em que a veracidade dos fatos é contestada, a parcialidade se mostra evidente e a manipulação da informação é utilizada como uma ferramenta política ou comercial.

Nesta perspectiva, o fluxo de informação da América Latina para a Europa por meio dessas representações midiáticas comerciais origina, desde o princípio dessa relação entre os continentes, percepções errôneas, distorcidas, padronizadas e triviais sobre a região – criando e fundamentando-se em estereótipos substanciados e exóticos do povo e da cultura latino-americana.

Além disso, a pesquisa demonstra ao longo de seu desenvolvimento a reprodução desses estereótipos da cobertura midiática europeia dentro de veículos da própria Europa e também da América Latina e evidencia como essa problemática segue como uma forte influência nas relações comerciais latino-americanas com o resto do mundo.

Dentro do trabalho, no Primeiro Capítulo, um dos objetivos é explicar a relação da Europa e América Latina, do ponto de vista midiático. Para isso, aborda-se desde as crenças e concepções dos europeus antes das navegações à reação deles ao chegarem aqui para começarem a colonizar, mostrando como foram criados por eles, naquele período, os estereótipos do continente presentes ainda hoje. Ainda neste capítulo, trata-se sobre o período histórico da criação das agências internacionais de notícias e como as descobertas na América influenciaram na visão que estas agências iriam apresentar ao mundo. Fala-se também sobre o desenvolvimento dos conglomerados midiáticos atuais e como são movimentados e controlados pelas principais agências internacionais do mundo, explicando o porquê da mídia europeia atual apresentar uma padronização para divulgar temas latino-americanos que, em sua grande maioria, são simplificados e estereotipados.

Já no Segundo Capítulo, trata-se com mais afinco destes estereótipos na mídia europeia, adentrando-se nos “motivos” pelos quais eles são reproduzidos ainda hoje. Durante esta parte do trabalho, evidencia-se que a imprensa é movida pelos

interesses “daqueles que mandam” e como a informação se transformou-se em mercadoria. Além disso, a pesquisa também aborda e explicita as reações do mundo quando perceberam, depois de muito tempo, que tudo aquilo que se lê e que se fala nas grandes mídias é impulsionado pela visão ocidental. A Nova Ordem Mundial da Comunicação e o Relatório McBride são retratadas neste momento da pesquisa.

O Terceiro e último Capítulo demonstra, por meio de uma análise qualitativa de matérias de jornais europeus, como são tratados temas de grande importância da América Latina e onde são encontrados e reproduzidos os estereótipos nas imagens e textos desses periódicos, evidenciando, assim, a visão de superioridade que os europeus têm em relação aos latino-americanos.

CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO

1.1 O SURGIMENTO DE CANAIS DE TRANSMISSÃO DA INFORMAÇÃO DA AMÉRICA LATINA PARA A EUROPA NO PERÍODO COLONIAL¹

Autores contemporâneos como Helen e Hubert Herring, em *A History of Latin America*, e Richard Morse, em *The Cambridge History of Latin America*, relatam que a descoberta científica da América Latina pelos europeus, ou seja, quando perceberam que o território latino-americano desenvolveria e poderia influenciar, de certa maneira, um crescimento ainda maior da Europa, data do início do século XIX. A partir de 1808, quando os portos latino-americanos se abriram aos ingleses e, nos anos seguintes, a diversos países europeus, uma jornada de descoberta da América teve início. Este continente começou a desvendar-se diante dos olhos curiosos da Europa, graças às histórias contadas por viajantes franceses, alemães, russos e ingleses. O processo de revelação desse novo mundo ocorreu sob a égide de ousadas expedições que percorreram terras desconhecidas e foi amplamente propagado por uma imprensa ativa e incansável. Essa imprensa desempenhou um papel importantíssimo na divulgação das narrativas e descobertas, enriquecendo a Europa com a literatura que florescia a partir dessas viagens extraordinárias.

No entanto, é essencial destacar que, durante o século XVIII, uma elite dedicada à causa da ciência e aos interesses dos Estados europeus desempenhou um notável esforço na busca de informações acerca dos territórios latino-americanos. Este empenho estava relacionado à necessidade de resguardar informações estratégicas, políticas, econômicas e militares, sujeitas a um considerável controle e censura europeus. Além disso, é relevante destacar que qualquer dado obtido sobre essa região geográfica – seja sob a forma de texto, imagem, carta, objeto ou elementos naturais – era minuciosamente considerado, analisado, pesquisado e comparado com outros contextos. É possível, dessa maneira, analisar este processo de recolha de informação sobre as colônias latino-americanas através das notícias divulgadas por um jornal científico, as *Philosophical Transactions*, órgão oficial da *Royal Society*² (Londres), bem como o papel desempenhado por diplomatas,

¹ É o período marcado pela dominação dos portugueses no território brasileiro que se estendeu de 1500 a 1822.

² É uma sociedade científica e a academia nacional de ciências do Reino Unido.

cientistas, acadêmicos e comerciantes residentes na Inglaterra na construção da imagem da América Latina, antes desse marco cronológico tradicionalmente apontado pela historiografia oficial como "o início de todas as mudanças": 1808.

A revista *Philosophical Transactions*, editada pela prestigiosa britânica *Royal Society*, representou um estudo metódico de uma publicação oficial emanada de uma influente sociedade científica europeia. Isso não apenas confirma o profundo interesse suscitado pelas colônias latino-americanas, mas também a carência e a manipulação de informações disponíveis sobre o tema, devido ao controle oficial. A revista era considerada a voz "oficial" de uma sociedade científica seleta, desprovida de motivações econômicas ou utilitárias. Seu propósito era pioneiramente promover a observação e a experimentação científica relacionadas à Inglaterra e ao Império Colonial Inglês.

Com publicações datadas desde 1665, a revista tinha como objetivo difundir e legitimar, perante uma elite científica tanto nacional quanto europeia, os princípios de rigor, civilidade, metodologia e objetividade subjacentes ao trabalho científico e experimental realizado por colaboradores da *Royal Society*. Nesse processo, a *Royal Society* desempenhava um papel central como um polo crítico de coleta de informações, servindo como o epicentro de uma rede composta por indivíduos em diversas partes do mundo, todos eles interessados nas áreas da filosofia natural e da história natural.

Para avaliar o impacto deste periódico na formação da percepção da América Latina entre a elite intelectual europeia, é fundamental observar que o número de artigos relativos à colônia americana, do final do século XVII ao início do século XIX, foi notavelmente escasso: apenas três artigos abordando plantas medicinais brasileiras, outros três exploraram relatos de viagens com menções a observações oceânicas ao longo da costa brasileira, seis memorandos discutiram experimentos com metais preciosos e ferro, enquanto apenas quatro referências se relacionaram à história natural e à produção de recursos naturais nas Américas (Domingues, 2006). Quando se trata da relação entre Portugal e o Brasil, é relevante destacar que as relações diplomáticas e comerciais estreitas e duradouras entre a Inglaterra e Portugal explicam a maior contribuição ao longo do tempo nas pesquisas. Os ingleses desfrutavam de uma posição privilegiada para obter informações de caráter científico acerca do Reino e das colônias portuguesas, permitindo, assim, uma colaboração significativa com a *Royal Society*. Na época colonial brasileira, um exemplo notável foi

a elite cultural portuguesa e luso-brasileira que aproveitou a liberdade de imprensa disponível na Inglaterra para disseminar ideias e defender princípios ideológicos que, no próprio Reino, estavam sujeitos à censura. Essas ações tinham como objetivo promover a "educação" e a "informação" das populações em diversas esferas, incluindo a política, a cultura e a economia. Essa elite organizou-se por meio de periódicos, estabelecendo redes que possibilitaram uma disseminação mais ampla de notícias e informações. Tais redes eram compostas por indivíduos que compartilhavam programas ideológicos e aspirações políticas semelhantes, destacando-se os intelectuais ilustrados ibéricos e latino-americanos que residiam em Londres. Essa colaboração permitiu a circulação mais eficaz de ideias, contribuindo para a disseminação de conhecimento e valores em níveis político, cultural e econômico.

No auge do "período das luzes"³, uma era de renovação da percepção europeia sobre o Novo Mundo, quando "filósofos naturalistas" como Adam Smith⁴ questionavam a credibilidade dos relatos de "soldados ignorantes" e "clérigos inábeis" que haviam viajado e vivido na América nos séculos XVI e XVII, a Europa, ainda curiosa e interessada, continuava a recorrer aos escritos de autores dos séculos XVI e XVII, como Jean de Léry⁵ (autor de *Histoire d'un voyage faict en la tere du Bresil*, 1578), André Thévet⁶ (autor de *Les singulatités de la France Antarctique*, 1557, e *Cosmographie Universelle*, 1575), e Claude d'Abeville⁷ (autor de *Histoire de la mission des pères capucins en l'isle du Maragan et terres circonvoisines*, Paris, 1614) para compreender o Brasil e a América Latina como um todo. Além disso, os sermões do jesuíta António Vieira⁸, por exemplo, mantiveram-se como referências intelectuais

³ Também conhecido como Iluminismo, ocorreu no século XVIII e foi marcado por um movimento do pensamento europeu que gerou revolução nas artes, ciências, costumes, doutrina jurídica e teoria política.

⁴ Adam Smith (1723-1790) é considerado o mais importante teórico do liberalismo econômico no século XVIII. Sua principal obra é titulada de *A riqueza das Nações* e serve de referência para os economistas.

⁵ Jean de Léry (1534-1613) foi um pastor, missionário protestante francês e membro da igreja reformada de Genebra durante a fase inicial da Reforma Calvinista.

⁶ André Thévet (1516-1590) foi um frade francês do século XVI, além de cosmógrafo e escritor. Participou de uma expedição ao Brasil em 1555 como membro da ordem dos franciscanos. É conhecido por seus relatos sobre a flora, fauna e povos indígenas do Brasil.

⁷ Claude d'Abeville (1570-1632) foi um missionário jesuíta francês que desempenhou um papel significativo na tentativa de conversão dos povos indígenas no Brasil durante o período colonial. Ele fazia parte da Companhia de Jesus, uma ordem religiosa católica dedicada à evangelização e educação.

⁸ António Vieira (1608-1697) foi proeminente padre jesuíta, escritor, orador e diplomata português conhecido por suas habilidades retóricas notáveis e atuação como missionário no Brasil e seu envolvimento na política da época.

essenciais sobre as terras sul-americanas, evidenciando uma cosmovisão teológica em relação ao Novo Mundo. Nesse contexto, a Europa estava no processo de revisitar e redefinir sua compreensão do Novo Mundo, enquanto ainda se apoiava em fontes antigas para nutrir sua curiosidade em relação ao Brasil e à América Latina como um todo.

Em razão disso, por um longo período, particularmente a partir do início do século XVIII, a visão que a Europa da época detinha sobre suas colônias era amplamente influenciada pela falta de informações atualizadas. A indefinição dos limites, tanto no rio da Prata, onde os espanhóis estavam envolvidos, quanto ao norte, com os franceses na Guiana, com os conflitos armados que, em certos momentos, resultavam dessas tensões fronteiriças, gerava preocupações. O receio de ataques militares às principais cidades costeiras, as rebeliões internas que eclodiram em locais como Minas, Bahia e Pernambuco, frequentemente ligadas a questões fiscais, e, acima de tudo, a descoberta de ouro no interior do continente, forneciam razões mais do que suficientes para que a Coroa mantivesse sob sigilo o conhecimento do território e os segredos relativos à sua ocupação.

Esses segredos abrangiam informações sobre geografia, acessos, riquezas minerais, potencialidades de desenvolvimento agrícola e pecuário, demografia, urbanização e recursos defensivos. Era conhecido que a divulgação da descoberta de recursos preciosos aguçava o interesse estrangeiro pelo território. Havia um temor de que, mesmo com a combinação de forças marítimas, tropas bem treinadas e milícias, isso não fosse suficiente para impedir uma possível invasão planejada do território por parte de alguma potência europeia. No Brasil, a influência da coroa portuguesa não se restringia apenas às medidas legais que limitavam a presença e a mobilidade de estrangeiros no território, nem à proibição de ancoragem de navios de outras nações europeias nos portos brasileiros. Além disso, os portugueses adotavam uma postura de sigilo em relação a esses territórios, mantendo os manuscritos inéditos e restringindo a disseminação de textos já publicados. Isso representava uma escolha política deliberada da coroa portuguesa, e essa decisão fica clara em uma cópia de uma consulta do Conselho Ultramarino⁹, datada de 1711:

⁹ O Conselho Ultramarino foi um órgão criado em Portugal no ano de 1642, contribuía em áreas financeiras e administrativas, primeiro, da África portuguesa e da Índia portuguesa e, depois, de todo o Ultramar Português, incluindo o Brasil.

Parece que será muito útil ao Real Serviço de V. Majestade ondenarse que daqui em diante se não possa imprimir livro algum em que se tratem de matérias pertencentes às Conquistas sem que tenham, com as mais licenças, também a deste Tribunal, porque nelle como melhor instruido nos particulares delles e que tem por obrigação zellar e advertir o que lhe poderá estar melhor para a sua concervação e augmento se pode ter por mayor conhecimento do que convem e se divulgue do que importa que não chegue à notícia das nações estrangeira (Silva, 2001, p. 52).

O acesso às informações contidas em arquivos públicos, como a Biblioteca Nacional e a Academia Real das Ciências de Lisboa, era restrito para estrangeiros que visitavam Portugal ou faziam parte do corpo diplomático creditado. Um exemplo esclarecedor dessa limitação é o relato do inglês Robert Southey¹⁰, que visitou Portugal em 1796, 1800 e 1801: “[...] Não é preciso dizer que segredo absurdo eles escondem do mundo, todas as informações a respeito daquele país: diz-se que a população do Brasil é o dobro da do ‘país-mãe’, e agora dependente” (Southey, 1850, p. 123).

Medidas legais restritivas e censura limitaram as informações sobre a América na Europa por um longo período. No entanto, houve crescente interesse pelo continente americano. Coletâneas de relatos de viagem foram publicadas com o intuito de informar sobre as terras ibéricas na América do Sul. Para isso, observação direta e tecnologia avançada foram utilizadas sempre que possível. Viagens de marinheiros, traficantes, piratas e corsários foram meticulosamente documentadas, resultando em textos, ilustrações e mapas que forneceram uma visão mais precisa dos portos e contornos costeiros, ao mesmo tempo que promoviam perspectivas europeias. Exemplificando, a viagem de Amedée François Frezier¹¹, um hidrógrafo francês, corrigiu mapas do litoral brasileiro e expandiu o conhecimento sobre a ilha de Santa Catarina e a Baía de Todos os Santos. A partir disso, é possível compreender que as grandes navegações de fato assinalam um novo momento da História quando os homens europeus ampliavam sua visão de mundo e criavam uma imagem estereotipada do Novo Mundo, tendo em vista que os relatos ainda se mostravam impregnados de vários valores religiosos cristãos matizados por uma mitologia que se mostrava claramente viva naqueles navegantes.

¹⁰ Robert Southey (1774-1843) foi um historiador e poeta inglês que se tornou conhecido no Brasil por sua principal obra *História do Brasil*.

¹¹ Amedée François Frezier (1682-1773) foi um engenheiro militar francês, explorador e cartógrafo. Foi enviado ao Brasil em 1712 em uma missão secreta com o objetivo de estudar as fortificações de defesa do Chile e do Peru e ao longo de sua estadia acabou corrigindo alguns erros cartográficos e hidrográficos do Brasil.

1.2 AS VISÕES DO "NOVO MUNDO"

Nos séculos XV e XVI, durante as grandes explorações marítimas, os europeus depararam-se com um ambiente amplamente desconhecido. O oceano era um lugar caracterizado pela imprevisibilidade, onde navegadores enfrentavam a incerteza do que poderiam encontrar em sua jornada. Financiados pelas coroas europeias, esses exploradores empreenderam suas viagens em busca do mítico Eldorado, um local lendário que alimentava as expectativas de um novo mundo repleto de riquezas inexploradas, quase como um paraíso terreno.

As informações disponíveis baseavam-se, em sua maioria, em relatos de outros navegadores, como o *Livro das Maravilhas* de Marco Polo¹², um navegador italiano que descrevia a exuberância e a riqueza de diversas civilizações orientais. Todavia, essas informações eram frequentemente envoltas em mitos e superstições. Portanto, quando se aventuravam em suas grandes jornadas pelo oceano, os navegadores não apenas confiavam em relatos de viagem, mas também carregavam consigo suas próprias crenças e mitos, que permeavam seu pensamento desde a Antiguidade¹³.

Tendo forte traço medieval¹⁴, esses relatos tinham base no pensamento religioso cristão ao alternarem relatos que faziam lembrar a busca do paraíso perdido ou a temível descoberta do inferno. Dessa forma, o desejo pelo novo e o temor do desconhecido traziam uma contradição às descobertas pelo mar.

Essa visão maniqueísta de origem medieval não foi simplesmente abandonada a partir do momento em que os navegantes europeus criaram técnicas de navegações seguras e desmentiram vários dos mitos sobre as terras distantes. Ao chegarem à América, por exemplo, alguns viajantes costumavam falar sobre os costumes “demoníacos” das populações nativas e da “riqueza infindável” encontrada naquele novo ambiente que os cercava.

Em registros cartográficos do século XVI, há uma série de imagens e gravuras que demonstravam essa concepção de maneira ainda mais concisa. Em alguns mapas, cada continente era descrito por meio da representação de quatro diferentes

¹² Marco Polo foi um mercador e explorador veneziano do século XIII, conhecido por suas viagens pela Ásia. A principal obra que detalha suas experiências é *O Livro das Maravilhas* (também conhecido como *Il Milione* ou *O Livro de Marco Polo*).

¹³ A Antiguidade, também conhecida como Idade Antiga, é um período da história entre 3500 a.C., com o surgimento da escrita cuneiforme, até 476 d.C., com a desagregação do Império Romano.

¹⁴ Segundo o Dicionário Online de Português, medieval é relativo, característico ou pertencente à Idade Média, ao período da História da Europa que teve seu início no século V, com o declínio do Império Romano, até a metade do século XV, com o fim de Constantinopla, marcando o início da Idade Moderna: período medieval.

mulheres, sendo a Europa o símbolo de altivez e soberania; a África, uma negra cercada por animais selvagens e com poucos ornamentos; a Ásia, uma princesa cercada de especiarias; e a América, comprovando, até hoje como é vista, uma jovem nua selvagem. O imaginário coletivo, ou seja, o conjunto das ideias e imagens que faziam parte da mentalidade dos europeus, fora projetado e alicerçado sobre aquilo que eles viram de diferente durante as viagens pelo mar, e também ao entrarem em contato com terras desconhecidas.

Dessa forma, quando eles chegaram às terras, que mais tarde chamaram de "continente americano", tudo aquilo que havia de exuberante ou de estranho foi identificado com as imagens que já lhes eram familiares. Aquilo que já fazia parte do pensamento cotidiano dos europeus projetou-se sobre a realidade que estava diante deles e, dessa forma, eles puderam entendê-la.

Foi também por causa dessa identificação que os europeus acreditaram ter chegado ao "Paraíso Terrestre" – que era o lugar onde se encontraria o estado original do mundo. O dogma cristão e a tradição bíblica impuseram outras fantasias da imaginação teológica no mapa do mundo. Os mapas foram transformados em guias para os artigos de fé, episódios e lugares mencionados nas escrituras exigiam uma localização e se tornaram um cenário tentador para os geógrafos cristãos.

Um dos mais sedutores foi o Jardim do Éden. Os mapas cristãos medievais geralmente mostravam-no na parte leste do mundo, e na extremidade superior do mapa, um paraíso terrestre com as figuras de Adão, Eva e a serpente.

O historiador americano Daniel J. Boorstin¹⁵ relatou em seu livro *Os Descobridores* como Isidoro de Sevilla¹⁶, arcebispo e acadêmico da Idade Média, descrevia o Paraíso.

O primeiro lugar no Oriente é o Paraíso, um jardim famoso por seus prazeres, onde o homem não pode entrar porque é cercado por um muro de fogo que se estende até o céu. Aqui está a árvore da vida, que concede a imortalidade. Aqui também está a fonte que se divide em quatro rios que regarão o mundo, que então regarão o mundo (Boorstin, 1983, p. 107).

A crença no Éden tornou-se um prazer e, também, um dever. Entre a literatura de viagem mais popular da Idade Média estavam as *Journeys to Paradise* (Viagens

¹⁵ Daniel J. Boorstin (1914–2004) foi um historiador, escritor e bibliotecário norte-americano, conhecido por suas obras sobre a história intelectual e cultural dos Estados Unidos.

¹⁶ Isidoro de Sevilla (também conhecido como Santo Isidoro) foi um erudito e arcebispo visigodo do século VII. Sua obra é vasta e influente, destacando-se por seu papel na preservação e transmissão do conhecimento clássico.

ao Paraíso). De acordo com o *Iter ad Paradisum*, Alexandre¹⁷, o Grande, após conquistar a Índia, um dia se deparou com um grande rio, o Ganges, e embarcou nele com quinhentos homens. Um mês depois, chegaram a uma enorme cidade murada onde as almas dos justos habitavam enquanto aguardavam o dia do julgamento. Essa cidade, claro, era o paraíso na Terra.

A natureza exuberante e os bons ares eram características que contribuíam para que o “Novo Mundo” fosse associado ao Paraíso. Comparando-se as características das novas terras com as paradisíacas e encontrando semelhanças entre elas, os europeus logo fizeram uma associação. Dessa forma, ficava mais fácil entender a existência dessas novas terras.

Se existia a ideia de Paraíso, existia também a ideia de Inferno entre os europeus contemporâneos ao período das grandes viagens marítimas. Eles eram homens profundamente religiosos e seus pensamentos eram marcados por uma constante luta entre o bem e o mal. Dessa forma, no Novo Continente não foram identificadas apenas características paradisíacas, como a vegetação exuberante, por exemplo, mas também demoníacas, os inúmeros insetos e animais peçonhentos, o forte calor e, principalmente, os costumes dos nativos, ou seja, dos indígenas.

Os indígenas foram também relacionados com seres que estavam presentes no imaginário dos europeus: suas características assemelhavam-se às dos “homens selvagens”, que possuíam características contrárias ao ser humano cavalheiro e cristão que os europeus tinham como modelo. Os rituais dos indígenas – suas danças, sua nudez, suas práticas sexuais, seus deuses e práticas religiosas – foram vistos pelos europeus como ações demoníacas. Contudo, deve-se ter em mente que essas características foram atribuídas, pois aqueles que escreviam sobre o modo de viver dos índios tinham uma visão centrada na religiosidade e nos padrões de vida europeus. Aliás, vale salientar que, no caso da colonização portuguesa no território que viria a ser o Brasil, a visão do homem selvagem foi representada pela carta de Pero Vaz de Caminha¹⁸.

¹⁷ Alexandre o Grande (356 a.C.-323 a.C.), também conhecido como Alexandre III da Macedônia, foi um dos líderes militares mais influentes da Antiguidade. Seu legado é imenso, não apenas por suas conquistas territoriais, mas também pela disseminação da cultura grega e pelo impacto duradouro de suas realizações na história e na cultura ocidental.

¹⁸ Pero Vaz de Caminha foi um escrivão português que desempenhou um papel significativo na história do Brasil, particularmente durante a chegada dos portugueses ao país em 1500. Ele é conhecido por escrever a “Carta a El-Rei Dom Manuel”, uma carta ao rei de Portugal, Dom Manuel I, descrevendo as primeiras impressões dos portugueses sobre o Brasil.

A carta pode ser considerada o primeiro documento midiático que, desde então, apresenta a visão dos europeus sobre os sul-americanos e o Novo Mundo. Escrita em 1500, a carta descreve as primeiras impressões dos portugueses ao chegarem nas terras do "Novo Mundo", estabelecendo um marco histórico na compreensão da relação entre Europa e América, e já manifestava os primeiros relatos que foram se transformando em estereótipos que conformavam as imagens do Novo Mundo permitindo que determinadas características, generalizações e simplificações fossem atribuídas ao povo latino-americano. Além disso, a identificação do que continha no imaginário europeu com a realidade auxiliou para que o diferente não fosse enxergado realmente como era, mas, sim, filtrado por algo que já era conhecido e comum.

Todas as imagens que permeavam o pensamento dos europeus, entre os séculos XV e XVI, acabaram sendo associadas à realidade do Novo mundo, de forma que ele pudesse ser entendido por eles. Assim, as ideias de bem e mal, de Paraíso e Inferno conduziram a visão que foi lançada sobre as novas terras e aqueles que a habitavam, depreciando-os e também caracterizando-os com a ideia do Paraíso.

As influências dessas visões criadas pré, durante e pós-colonialismo permaneceram em um futuro cujas ideias generalizadas e simplificadas sobre um povo, sua cultura e região disseminaram-se e reproduziram-se através daquilo que viria a ser a imprensa, conduzida pelas primeiras agências internacionais de notícias.

1.3 AS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS INTERNACIONAIS INCORPORADAS NA AMÉRICA LATINA

1.3.1 Um breve panorama sobre as primeiras agências internacionais da história

O fenômeno jornalístico é uma invenção da Modernidade¹⁹ (1453 a 1789) estando ligado à aparição da tipografia e ao surgimento, expansão e aquisição de periodicidade da imprensa na Europa, embora tenha como antecedente imediato as folhas noticiosas manuscritas e impressas que surgiram entre a Baixa Idade Média²⁰ e o Renascimento²¹.

¹⁹ O período da modernidade refere-se a uma época na história que abrange aproximadamente os séculos XVII ao XX. Esse período é caracterizado por uma série de transformações sociais, políticas, econômicas, culturais e científicas que tiveram um impacto profundo na sociedade ocidental e, eventualmente, em todo o mundo

²⁰ A Baixa Idade Média é um termo utilizado pelos historiadores para descrever o período que se estende aproximadamente do século XI ao século XV na Europa. Essa fase segue a Alta Idade Média e precede o Renascimento.

²¹ O Renascimento foi um movimento cultural, artístico, científico e intelectual que floresceu na Europa, principalmente nos séculos XIV, XV e XVI. Este período marcou uma transição entre a Idade Média e a era moderna.

Herança do período colonial, o contexto jornalístico, empresarial, social e tecnológico do século XIX começou movido por interesses políticos, econômicos e territoriais, criando condições para o aparecimento das primeiras agências de notícias, organizações que, até hoje, se dedicam a produzir notícias e outras informações para venda aos órgãos jornalísticos e a outras entidades potencialmente interessadas, como grupos econômicos, governos etc. Dessa forma, a história das agências mundiais está intimamente ligada à história da expansão das grandes potências e ao desenvolvimento do capitalismo ocidental.

As primeiras agências de notícias apareceram na Europa contribuindo para que o jornalismo noticioso se sobrepusesse ao jornalismo doutrinário e combativo da imprensa “de partido” (*party press*). Foram elas: a *Havas*²², na França; a *Reuter*²³, na Inglaterra; e a *Wolff*²⁴, na Alemanha. Posteriormente, fundaram-se agências noticiosas em outros países, como a *New York Associated Press*, nos Estados Unidos. A *Agence France Presse*, AFP, é a sucessora direta da *Havas*, criada em 1835. A *Associated Press*, AP, foi fundada por seis jornalistas de Nova York em 1848. A *Reuters* foi fundada por Paul Julius Reuter em Londres, em 1851. A *United Press International*, UPI, começou como *United Press Associates* em 1907, uma criação de Edward Scripps, da cadeia *Scripps*, e se tornou UPI em 1959, quando se fundiu com o *International News Service* da Hearst, que havia sido fundado em 1909.

A *Havas* foi criada em 1835 por Charles Havas, um empresário que organizou a coleta de informações comerciais e financeiras de vários centros econômicos europeus, para serem vendidas diariamente a uma rede de assinantes particulares na França. Em meados da década de 1840, a expansão do telégrafo permitiu que ele atraísse assinantes de outros países europeus, sempre dentro dos círculos financeiros e comerciais. O sucesso evidente da empresa levou alguns funcionários alemães,

²² Segundo o próprio site da agência Havas, ela foi criada em 1835 por Charles-Louis. É um dos maiores grupos de comunicação global do mundo, com mais de 22 mil pessoas em mais de 100 países compartilhando uma única missão: fazer uma diferença significativa para marcas, empresas e pessoas.

²³ A Reuters é uma das maiores agências de notícias internacionais do mundo, conhecida por fornecer cobertura jornalística global em tempo real. Fundada em 1851 por Paul Julius Reuter em Londres, inicialmente como uma empresa de transporte de notícias via telégrafo, a Reuters evoluiu para se tornar uma fonte líder de notícias para organizações de mídia, empresas e profissionais financeiros.

²⁴ No dia 27 de novembro de 1849, o jornalista prussiano Bernhard Wolff criou a agência de notícias batizada com o seu sobrenome, que seria a primeira da Alemanha e, por 85 anos, seria uma das três maiores empresas do setor em todo o mundo, até ser fechada pelos nazistas em 1934. Embora atualmente seja pouco estudada, a **Agência Wolff**, como ficou mais conhecida, é uma das mais antigas e mais importantes agências de notícias da história.

Bernard Wolff e Julius Reuter, a deixarem a empresa e decidirem competir com ela criando seus próprios serviços. Assim surgiram a agência *Wolff*, fundada em 1839, e a *Reuters*, em 1851.

Os novos meios de comunicação eletrônicos (telégrafo e telefone) e os novos meios de transporte (caminho-de-ferro, automóvel e navios a vapor) facilitavam a recolha e difusão de informações. A incorporação da América Latina ao território alcançado pelo telégrafo motivou um novo acordo entre grandes agências internacionais europeias: acertou-se que *Havas* e *Reuters*, juntas, explorariam o mercado de imprensa latino-americano, tanto para remeter notícias daqui para a Europa quanto para vender aos jornais do subcontinente assinaturas de serviços noticiosos. Em paralelo, a *Associated Press*, dos EUA, assinou um protocolo com o cartel renunciando a fornecer notícias para a imprensa da América do Sul.

Assim, enquanto o cabo era desenrolado pelos navios *Investigator* e *Hibernia*, a serviço da *Brazilian Submarine Telegraph Company*, de capital britânico, as agências francesa e britânica instalavam um escritório conjunto no Rio de Janeiro, operante desde julho de 1874, sob o nome *Havas-Reuter*.

Com isso, essa parceria expandiu-se por todo o território: em 1875, as duas instituições europeias abriram escritórios em cidades portuárias, como Recife, Salvador, Belém e Santos. Nos países vizinhos, estabeleceram raízes em cidades costeiras como Montevideu (Uruguai), Buenos Aires (Argentina), Valparaíso (Chile) e Lima (Peru). Forneciam serviços de imprensa não só a jornais, mas também a clientes privados, incluindo investidores proeminentes do mundo do mercado financeiro e comerciantes de café.

Mais tarde, a *Reuters* quis estabelecer um serviço de telegrama privado entre as Américas do Sul e do Norte, as Índias Ocidentais e a Europa, o que levou à rescisão de seu contrato com a *Havas* e deixou a *Havas* com a operação exclusiva da América do Sul. Nesse período, escritores e jornalistas famosos da época trabalharam para a agência de notícias francesa no Brasil: Sérgio Buarque de Holanda (também para *United Press* e *Associated Press*), Mário Pedrosa, Américo Facó, Arsênio Palácios, Luciano Tapajós, Rachel de Queiroz e Lourival Fontes (que mais tarde se tornou um dos fundadores da Agência Nacional) foram repórteres e editores que aprenderam o ofício jornalístico no escritório da Havas no Rio.

Curiosamente, Machado de Assis²⁵ chegou a ironizar o serviço da *Havas* nas crônicas que escrevia para os jornais de 1877 e 1878, satirizando a “barriga” (que significa uma notícia involuntariamente falsa) despachada pela agência e a “pobreza de estilo” do texto das agências telegráficas.

Enquanto isso, a AP de Nova York teve de lidar com o ressentimento dos jornais americanos de fora do estado, que em 1862 fundaram a *Western Associated Press* e, no início da década de 1890, após alguns escândalos da AP de Nova York, assumiram o controle da associação e se tornaram o núcleo da atual Associated Press.

Em 1872, a AP de Nova York havia feito um acordo com a *Reuters* para notícias estrangeiras, mas a AP do Oeste, guiada pelas lutas dinásticas, fez seu próprio acordo com a agência *Wolff*, o que enfraqueceu a possibilidade de os interesses americanos competirem com o cartel europeu.

Para a *Havas*, mesmo possuindo o monopólio, o cenário seguia desinteressante do ponto de vista financeiro – mas o governo em Paris interveio para garantir a presença da agência francesa por interesse político. Entretanto, um impedimento financeiro marca a tentativa de sobrevivência comercial da *Havas*. Os altos custos do uso do telégrafo por cabo faziam a empresa filtrar só notícias com alto potencial de venda para os clientes. Durante a Primeira Guerra Mundial²⁶ (1914-1918), dois terços da equipe da *Havas* foi recrutada como combatente, e a agência passou a operar no vermelho na América Latina.

A Primeira Guerra Mundial fez com que alguns jornais latino-americanos percebessem as limitações da dependência total de uma única agência, que oferecia versões unilaterais das disputas, e os levou a buscar acordos com agências norte-americanas.

Matías Molina, em *História dos Jornais no Brasil*, comenta que, no início da guerra, o governo dos EUA decidiu incentivar o envio de informações norte-americanas para a América Latina e convenceu a operadora telegráfica *All-America Cable Company* a reduzir a tarifa a 10 centavos de dólar por palavra. O objetivo inicial era estimular a *United Press* e a *Associated Press* a usarem o serviço, mas ficou tão

²⁵ Machado de Assis (1839-1908) foi um renomado escritor, poeta, dramaturgo e crítico literário brasileiro. Ele é amplamente reconhecido como um dos maiores nomes da literatura brasileira e é frequentemente considerado o maior escritor brasileiro de todos os tempos.

²⁶ A Primeira Guerra Mundial foi um conflito militar que ocorreu entre 28 de julho de 1914 e 11 de novembro de 1918, envolvendo muitas das principais potências mundiais da época. Teve um impacto profundo nas décadas seguintes, moldando o curso da história do século XX e influenciando eventos posteriores.

barato que a própria *Havas* transferiu seu serviço latino-americano de Paris para Nova York, para aproveitar o desconto.

A AP, por meio de um acordo com o cartel, havia entrado no México e nas Antilhas, mas foi somente em 1915, com a UPA, que as notícias americanas começaram a chegar à América do Sul. Mais tarde, em 1919, o Conselho de Administração da AP autorizou a criação de um serviço especial dedicado à América Latina para atender à demanda de 22 jornais latino-americanos.

A concorrência entre a UPA e a AP se deslocou para os territórios da América do Sul. Enquanto a UPA fez incursões nos territórios do cartel europeu e, em 1929, tinha contatos com 45 países na Europa, Ásia e outras partes do Império Britânico, as restrições da AP, cujos regulamentos a impediam de prestar serviços a jornais não membros, fizeram com que ela perdesse muito terreno no primeiro estágio de sua expansão externa.

Enquanto isso, o papel dos Estados Unidos no cenário mundial estava mudando. Em 1913, sua produção industrial havia mais do que dobrado a da Grã-Bretanha e, após a Primeira Guerra Mundial, o país não era mais um devedor, mas um fornecedor de empréstimos, enquanto seus investimentos no exterior quadruplicaram os da Grã-Bretanha até 1930.

Ao mesmo tempo, os Estados Unidos estenderam seus interesses para o Extremo Oriente, e a UPA progrediu rapidamente, começando a distribuir notícias em Pequim e Xangai, o que deu um novo impulso à concorrência internacional da AP.

Kent Cooper, gerente geral da AP, iniciou uma cruzada pessoal dentro da agência e contra a *Reuters* para libertá-la das restrições internacionais e derrubar as barreiras do cartel europeu. Embora isso responda a um interesse genuíno em maior liberdade no fluxo de notícias domésticas, não é uma questão criada pela própria AP. A necessidade de concorrência com a UPA tornou urgente a eliminação de tais restrições. A expansão americana no Extremo Oriente introduziu uma urgência ainda maior e, no início da década de 1930, a AP começou a distribuir notícias no Japão e na China, territórios até então dominados pela *Reuters*. As relações entre a AP e a *Reuters* pioraram ainda mais, até que em 1934 assinaram um contrato que dava à AP o direito de coletar e vender notícias em qualquer lugar do mundo.

Cooper diria mais tarde, em seu livro *Barriers Down*:

Ao impedir que a Associated Press expandisse suas reportagens no exterior, a Reuters e a Havas estavam atingindo três objetivos: 1. - Estavam livres para apresentar as notícias americanas em termos hostis aos Estados Unidos, se não as omitissem por completo; 3. Seus partidos eram sempre glorificados. Eles alcançaram seus objetivos ao promover importantes avanços nas civilizações inglesa e francesa, cujas vantagens seriam então, é claro, concedidas ao resto do mundo. O cabo transportou instantaneamente a Austrália, a África do Sul, a Índia, a China, o Canadá e todo o resto do mundo britânico para o centro de Londres, no Tarnis... A Grã-Bretanha, mais avançada do que outras nações, concentrou-se no setor de cabos. Primeiro, o cabo alcançou a coesão de seu império, depois abrangeu outras nações também: finalmente, de acordo com as práticas vitorianas, as notícias que passavam por essa vasta rede de cabos aumentavam o prestígio da causa britânica (Cooper, 1942).

A assinatura do novo acordo entre a AP e a *Reuters* marcou o fim formal das esferas de influência das principais agências, mas não eliminou a dinâmica que as sustentava: as agências de notícias seguiram os interesses econômicos de seus países de origem no exterior, e suas esferas de influência reais continuaram a ser determinadas pelos interesses econômicos e políticos das nações mais poderosas.

A agência estrangeira *Wolff*, enfraquecida pela Primeira Guerra Mundial, viu seu território dentro do cartel de notícias ser dividido entre a *Reuters* e a *Havas*. Mais tarde, depois de ser comprada pelo Terceiro Reich²⁷, ela desapareceu junto com a derrota alemã na Segunda Guerra Mundial²⁸. O desaparecimento gradual da *Wolff* foi acompanhado pelo surgimento da agência *Telegraph Agency Sovietic Union* (TASS).

As agências internacionais floresceram na atmosfera do capitalismo ocidental, e o fluxo atual de notícias ainda se baseia em uma estrutura de poder dominada por este sistema socioeconômico. As estruturas monopolísticas mudaram apenas enquanto o grupo monopolista cresceu, mas o caráter de suas funções muda apenas com o crescimento das agências.

A América Latina fez parte de uma situação singular no mercado de distribuição para as grandes agências europeias e norte-americanas: enquanto na maior parte das regiões do mundo a distribuição era feita por via indireta, sob contratos de exclusividade fechados com as agências nacionais ou dos países colonizadores (*Reuters* para o Império Britânico, *Havas* para as colônias francesas etc.), nos

²⁷ A Alemanha Nazista, também referida como Alemanha Nazi e conhecida como Terceiro Reich, designa o país no período de 1933 a 1945, durante o qual o governo foi dominado por Adolf Hitler e pelo Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães, mais conhecido como Partido Nazista.

²⁸ A Segunda Guerra Mundial foi um conflito global que ocorreu entre 1939 e 1945, envolvendo a maioria das nações do mundo, incluindo todas as grandes potências, organizadas em duas alianças militares opostas: os Aliados e o Eixo.

mercados sul-americanos as empresas estrangeiras enviavam diretamente seus despachos para os assinantes, sem mediação. Isso incluiu o Brasil, onde nem a criação da *Agência Nacional*, em 1937, alterou esse cenário. Em 1927, uma emenda aos acordos de cartel oficializou essa abertura, transformando a América Central e a América do Sul em territórios abertos à livre exploração por parte de qualquer agência de notícias.

Anos se passavam e sucessivamente ocorriam criações e fechamentos e aberturas de filiais de agências de notícias estrangeiras com escritórios na América Latina. Com a eficácia desse modelo, rapidamente as agências de notícias se tornaram fontes privilegiadas da imprensa (e das outras mídias que surgiram depois) para cobrir notícias que ocorriam além de seus territórios imediatos de alcance, particularmente as notícias internacionais.

1.3.2 Agências de notícias, suas operações e divisões pelo mundo

Sabe-se que mais de dois terços das agências existentes no início da última década foram criadas após a Segunda Guerra Mundial: A maioria das agências nacionais existentes hoje na América Latina foi criada entre as décadas de 1960 e 1970. As agências mais antigas, com um histórico de mais de um século de operações, estão na Europa e nos Estados Unidos.

As formas de operação dessas agências incluem arranjos cooperativos sem fins lucrativos, escritórios públicos financiados por mecanismos estatais reguladores e entidades comerciais que operam com base em princípios de mercado semelhantes aos de qualquer outra empresa comercial privada.

O tamanho de seus recursos e suas operações variam. A maioria é exclusivamente nacional em seu escopo, muitos dos quais operam apenas dentro dos limites urbanos e, às vezes, restritos à capital, e outros que, embora nacionais, mantêm operações internacionais. Há também alguns acordos cooperativos sub-regionais, regionais e internacionais. A minoria, ou melhor, apenas quatro agências, pode ser chamada adequadamente de "global", e a magnitude de suas operações faz jus à sua definição: juntas, elas respondem por 80% do volume total de notícias internacionais que circulam no planeta.

Atualmente, as quatro maiores agências do mundo são: *Associated Press*²⁹ (AP), *United Press International*³⁰ (UPI), *Reuters* e *Agence France Presse*³¹ (AFP). A agência soviética TASS aparece nesse contexto, em sua posição como a quinta maior, mas não é uma influente no Terceiro Mundo.

Estima-se que não há mais do que duas dúzias de jornais no mundo que poderiam, com razão, afirmar que são autossuficientes na coleta de notícias internacionais, e mesmo esses também usam os serviços das principais agências mencionadas.

A *Associated Press*, por exemplo, afirma que todos os dias suas notícias e fotos chegam a mais de um bilhão de pessoas em todo o mundo, e que suas notícias são reproduzidas diariamente em centenas de idiomas usados por mais de 10.000 jornais e estações de rádio e televisão em mais de 110 países.

Entre essas cinco gigantes internacionais de notícias e as cerca de cem agências nacionais, existem algumas agências "intermediárias" com capacidade de coleta e distribuição de notícias internacionais. Entre elas estão, por exemplo, a *Deutsche Presse Agentur*, DPA, da Alemanha; a *Kyodo Tsushin News Service*, do Japão; a *Telegrafiska Agencija Nova Jugoslavija*, TANJUG, da Iugoslávia; a *Middle East News Agency*, MENA, do Egito; a *Agenzia Nazionale Stampa Associata*, ANSA, da Itália, a *Sputnik News*, da Rússia e a *EFE*, da Espanha.

Suas principais atividades estão concentradas no atendimento aos mercados domésticos, e sua atividade internacional está concentrada em pequenas áreas geográficas. O número de clientes que atende é, no geral, menor do que o de qualquer uma das cinco agências globais isoladamente. São clientes das quatro gigantes internacionais de notícias, enquanto as agências globais não compram os seus serviços.

²⁹ A Associated Press, estabelecida em maio de 1846, é uma agência de notícias independente operada como uma cooperativa. Seus proprietários são os jornais, estações de rádio e televisão dos Estados Unidos que colaboram com a Associated Press.

³⁰ A United Press International é uma agência de notícias dos Estados Unidos estabelecida em 1907, com sede em Boca Raton, na Flórida. Até a década de 1990, foi uma das quatro principais agências de notícias globais, ao lado da Associated Press, Reuters e Agence France-Presse.

³¹ A Agence France-Presse, uma renomada agência de notícias francesa fundada em 1835, tem sua sede no 2º arrondissement de Paris, conhecido como Arrondissement de la Bourse. A AFP é reconhecida como uma das agências mais prestigiadas globalmente.

1.3.3 Inter Presse Service (IPS) Terceiro Mundo

Um caso especial é o da *Inter Press Service* (IPS) Terceiro Mundo: uma cooperativa de jornalistas sediada em Roma, que, ao contrário das agências intermediárias, não pode ser definida como uma agência de comunicação, já que toda a sua organização e atividades giram em torno de objetivos internacionais.

Também não se trata de um acordo de intercâmbio entre agências nacionais, como é o caso do *Pool of Non-Aligned Agencies*³² ou da *Acción de Sistemas Informativos en America Latina*, ASIN, mas atende a essas redes e participa de várias atividades e projetos de informação do Terceiro Mundo, além de ser uma agência própria. A ideia de criar a IPS nasceu no início dos anos 1960. Primeiro, um grande desequilíbrio informativo mundial: um universo noticioso concentrado nos maiores países industrializados e manejado por poucas e grandes agências e serviços de difusão do Norte industrial.

Do lado oposto, falta de informação sobre os países não desenvolvidos do Sul e não só do Sul. Quase nenhuma informação sobre suas realidades políticas, econômicas e sociais, salvo quando ocorria algum desastre natural, e inclusive muitas das poucas informações estavam repletas de preconceitos culturais sobre esses países. Resumindo, pouca imagem e má imagem, reforçando os estereótipos de um continente dominado por um imaginário coletivo dantesco para os pós-colonizadores.

Um cenário marcado em geral pela escassez de análises e enfoques sobre os processos por detrás das notícias e a escassez de gêneros jornalísticos nas agências, como reportagens especiais, análises, artigos de opinião e jornalismo investigativo. As agências se dedicavam principalmente às *spot news* (notícias imediatas), a meras notícias com escasso contexto. É claro que esse gênero jornalístico não dá lugar para os temas vinculados com o desenvolvimento. Se, por exemplo, se fala de uma epidemia, ou mesmo de uma catástrofe em um país do Terceiro Mundo, as *spot news* se limitam a descrever os fatos, transmitir as imagens e focar na assistência internacional. Geralmente não procuram identificar as causas que fazem com que as doenças desaparecidas ou completamente controladas no Norte possam gerar terríveis pandemias em alguns dos países menos desenvolvidos, ou que um terremoto

³² O *Pool of Non-Aligned Agencies* foi um sistema de colaboração entre as agências de notícias de nações não alinhadas, vigorando de 1975 até meados da década de 1990.

de maior intensidade na cidade norte-americana de Los Angeles ou no Japão cause muito menos mortes e destruição do que um de menor intensidade no Haiti.

Vale ressaltar que esse tipo de tratamento superficial e parcial ainda predomina na informação internacional. O principal objetivo da IPS nunca foi o de apresentar uma imagem “positiva” dos países do Sul, reduzindo ou ocultando os problemas reais, como a corrupção, mas, sim, um enfoque objetivo que se integrasse à informação do Sul no universo informativo, com os pontos de vista e interesses do Sul. Isso significava um modo diferente de olhar o mundo e de fazer jornalismo, isto é, olhá-lo a partir da realidade do Sul e de seus problemas sociais e econômicos.

O cofundador da IPS, Pablo Piacentini, demonstrou um exemplo vinculado diretamente ao desenvolvimento.

Os meios tradicionais de informação costumam associar os aumentos dos preços das matérias-primas a sinais negativos: causadores de inflação, caros para os consumidores e as famílias, responsáveis por distorcer a economia mundial. Claramente, esse ponto de vista é o dos países industrializados, que importam matérias a baixo custo que transformam em manufaturas e assim podem expandir suas empresas e competir no mercado mundial. Não há dúvidas de que alguns aumentos fortes e repentinos de algumas matérias-primas podem causar problemas à economia internacional e inclusive afetar as populações de alguns países pobres que devem importar essas matérias-primas. Mas o enfoque generalizado e constante contra os aumentos de preços das matérias-primas omite uma realidade: a estatisticamente comprovada deterioração secular dos preços das matérias-primas em relação aos preços das manufaturas, com exceção do petróleo desde 1973. Portanto, a política editorial da IPS consiste em fornecer informações e análises que mostrem como, sem preços justos e bem remunerados por suas matérias-primas, e sem um crescente valor agregado aos seus produtos agrícolas e minerais, os países exportadores de produtos básicos não poderão superar o subdesenvolvimento e a pobreza (Piacentini, 2014).

A escala de recursos e operações da IPS a coloca próxima de agências nacionais intermediárias. Seus objetivos de atendimento a países que não dispõem de experiência e recursos para a autossuficiência em informações a aproximam de muitas agendas nacionais do Terceiro Mundo. O escopo de sua organização a coloca próxima das principais agências do mundo. É considerada, hoje, uma das maiores do mundo.

Em âmbito regional, há também algumas experiências de associações médias com agências de mídias, como a LATIN na América Latina e a ACAN na América Central, fundadas no início da década de 1970. Esse cenário global foi ainda mais enriquecido pela criação de várias redes regionais nascidas do descontentamento do Terceiro Mundo com as quatro agendas globais. Entre elas estão o *Pool of Non-*

Aligned Agencies, formado em 1975, a *Caribbean News Agency*, existente desde 1976, a *National News Systems Action*, criada em 1979, e a *Asian News Network*, em 1980.

1.4 A CRIAÇÃO DE MERCADOS INFORMATIVOS E AS ZONAS DE INTERESSE CRIADAS PELAS AGÊNCIAS INTERNACIONAIS

Desde a utilização de mensageiros para fazer circular as informações – método utilizado durante centenas de anos – até o uso de suportes para escrevê-las, depois que o homem já dominava a escrita, era reservado aos grupos poderosos o controle desses sistemas. Os principais participantes globais são internacionais apenas no escopo e na escala de suas operações. A propriedade, o controle e os ganhos políticos e econômicos derivados de suas atividades são estritamente nacionais e estão localizados em seus países de origem.

Os motivos de lucro que orientam as operações das principais agências ocidentais impulsionam uma expansão que, às vezes, interfere na soberania dos Estados e as leva a subordinar os interesses públicos a uma lógica comercial segundo a qual a informação não é um serviço, mas uma mercadoria.

Historicamente, as quatro principais agências ocidentais surgiram como empresas privadas independentes de seus respectivos governos, mas, no decorrer de seu desenvolvimento, estabeleceram laços estreitos e, às vezes, diretos com eles. Atualmente, essa relação direta persiste apenas na AFP, mas nas outras agências é fácil encontrar situações de política internacional em que os padrões históricos se repetem, e as agências coincidem e reforçam as orientações de seus governos. A influência das agências ocidentais vai desde a criação e o estabelecimento de um conceito de notícia que hoje domina o jornalismo mundial até o fato de que elas são as principais fontes – e, em muitos casos, as únicas fontes – de referências e interpretações da situação e da dinâmica mundial.

O orçamento dos grupos de mídia em cada país é muito menor do que o das corporações transnacionais que operam em outras áreas da economia, mas excede em muito o de qualquer outra agência no mundo, sendo estimado em mais de 100 milhões de dólares por ano.

Cada uma emprega entre 1.000 e 2.000 funcionários em tempo integral e vende seus serviços a dezenas de parceiros com um total de seis a doze mil clientes cada. Todas coletam e vendem notícias em países subdesenvolvidos, mas a maior parte de

suas receitas e despesas está concentrada, em todos os casos, nos Estados Unidos e na Europa Ocidental.

De um ponto de vista econômico, a viabilidade de suas operações no Terceiro Mundo depende das receitas e dos lucros dos países industrializados, mas, por outro lado, a exploração desses mercados avançados também depende de sua capacidade de fornecer informações sobre os mercados dependentes do Terceiro Mundo. Isso explica as contradições em muitas declarações e ações de seus gerentes, que gostam de enfatizar que suas operações no Terceiro Mundo não são lucrativas e não justificam a despesa de fornecer uma cobertura mais abrangente desses países, mas, ao mesmo tempo, lutam para manter e aumentar seu domínio dos mercados de mídia subdesenvolvidos.

Enquanto difusores de informações relevantes para a vida das comunidades, os sistemas de comunicação internacionais não têm cumprido um papel social, mas, sim, de expansão de mercados determinados a criar nas comunidades nichos específicos. Os sistemas de comunicação têm sido utilizados para a disseminação de ideologias, a manipulação de opiniões e a promoção de interesses específicos e desrespeitando aquela que seria sua função original (e utópica), a de que devem trabalhar para o homem e suas questões, garantindo a pluralidade de vozes, a diversidade de perspectivas e a promoção do diálogo construtivo.

1.5 COLONIZAÇÃO MIDIÁTICA

Tamanha era a presença e dominância das agências internacionais que, logo, eram responsáveis por largas frações das notícias publicadas por jornais e emissoras do mundo, especialmente fora das metrópoles e nos países mais pobres, ou sob dominação imperial/colonial, como a América Latina. Assim, em questão de décadas, do período colonial à sociedade pós-moderna, estas empresas cresceram a ponto de se tornarem gigantes da comunicação internacional, controlando – a partir de suas sedes nos países "dominantes" – grande parte dos fluxos internacionais de informação.

Para mensurar o grau de dominação das agências dos países centrais sobre a mídia dos países periféricos surgem os estudos de medição de fluxos de informação, iniciados nos anos 60 e que atingem o auge nos anos 70 do século XX, até diminuir, nos anos 80, e praticamente desaparecerem nos anos 90, justamente a década da informatização generalizada e da extensão da mídia para a Internet.

Os estudos de Eleazar Díaz Rangel (1967) e Fernando Reyes Matta (1980) mostraram como era a prospecção de notícias originadas em agências e reproduzidas em páginas de jornais diários, geralmente na seção internacional. E também medindo, em porcentagens, a proporção que cabia às grandes agências da época dentro do conjunto de assuntos publicados.

Em geral, encontravam porcentagens que variavam entre 60% e 90%, indicando alta dominação e dependência da imprensa do “Terceiro Mundo” em relação aos fluxos de informação provenientes do “Primeiro Mundo”.

Os países subdesenvolvidos gradualmente se tornaram parte de um cartel de notícias cujas fronteiras eram as dos impérios e suas colônias. Estudos históricos sobre a evolução dos padrões informativos em um país são muito escassos, mas a comparação de outros estudos de conteúdo indica que há uma tendência lenta, mas inexorável, de afastamento do oligopólio ocidental de notícias. Na América Latina, por exemplo, um estudo de 14 jornais da região mostrou, em 1965, que 92,3% das notícias internacionais vinham das quatro agências transnacionais; em 1975, outro estudo mostrou que essa porcentagem havia caído para 79%. O grau de dependência ainda era muito alto, mas em uma década surgiram novas fontes e a gama de opções se ampliou.

A imprensa colonial ou colonização da mídia é uma expressão utilizada para mostrar relação de domínio e submissão no fluxo de informação entre países de Primeiro e Terceiro Mundo. Não há muita diferença, na verdade, entre uma imprensa colonial que mantém seus olhos fixos na metrópole e uma imprensa latino-americana que mantém seus olhos fixos nos Estados Unidos e na Europa Ocidental. Em ambos os casos, a independência cultural é uma tarefa cumprida pela metade ou que está prestes a começar.

Houve e ainda há alegações dos países subdesenvolvidos que abrangem vários aspectos do desequilíbrio de informações, mas aqui destacam-se aqueles que foram analisados por autores americanos interessados em questionar sua validade. A Agenda Oficial de Comunicações Internacionais dos EUA, a USICA, financiou algumas pesquisas para esse fim, mas seus resultados, longe de elucidar a série de acusações, confirmam-nas em muitos aspectos. De acordo com essa abordagem, as acusações mais específicas são:

- *As notícias mundiais são definidas por algumas agências ocidentais industrializadas e distorcem ou excluem os valores culturais do Terceiro*

Mundo. Os critérios que regem a seleção de notícias baseiam-se, consciente ou inconscientemente, nos interesses políticos e econômicos do sistema transnacional e dos países nos quais esse sistema se baseia.

- *Esse filtro cultural exclui a maioria do mundo, especialmente as regiões que não são de interesse imediato para o Ocidente industrializado.*
- *As poucas informações sobre o Terceiro Mundo que passam por esses filtros tendem a enfatizar os aspectos negativos, como crises, golpes militares, desastres e assim por diante.*
- *A imagem distorcida do Terceiro Mundo também se reflete nos países subdesenvolvidos, devido à sua dependência de fontes transnacionais. As notícias sobre os esforços dos países do Terceiro Mundo para sair do subdesenvolvimento não encontram espaço na produção de notícias das agências transnacionais.*

A manifestação mais óbvia do desequilíbrio na circulação internacional de notícias é quantitativa, medida em termos de quantidade de notícias que flui dos países industrializados para os países em desenvolvimento em comparação com o contrário. O problema da reciprocidade no gerenciamento de informações é interessante e tem causado debates acalorados entre representantes de países subdesenvolvidos e várias agendas governamentais e privadas de países industrializados.

Ao lidar com números desse tipo, pressupõe-se implicitamente que a situação ideal seria uma proporção de 1:1, ou seja, se o menu de notícias da América Latina inclui 50% de notícias da Europa e dos Estados Unidos, essas regiões deveriam consumir 50% de notícias da América Latina. Sabe-se que isso é insustentável, mas a sombra da suposição às vezes obscurece outros aspectos, e talvez seja por isso que ela tenha sido explorada por autores interessados em demonstrar que as demandas do Terceiro Mundo não têm sentido.

Alguns pesquisadores financiados pelo USICA, por exemplo, após observarem que a América Latina recebe a menor porcentagem de todas as regiões do mundo na mídia dos Estados Unidos (8%, em comparação com 11% para a África; 21% para o Oriente Médio; 22% para a Ásia; 17% para a Europa Oriental; 26% para a Europa Ocidental; e 57% para a América do Norte), reproduziram com humor o que o jornalista

James Reston disse uma vez: "os americanos fariam qualquer coisa pela América Latina, exceto ler sobre ela".

CAPÍTULO 2: A COBERTURA MIDIÁTICA DA AMÉRICA LATINA NA EUROPA E A INFLUÊNCIA NA CRIAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS E CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES CULTURAIS

2.1 A NOVA ORDEM MUNDIAL DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO: O RELATÓRIO MCBRIDE

2.1.1 Um breve panorama sobre a criação do documento

O Relatório McBride surge em um cenário de dúvidas que cresciam cada vez mais sobre a ordem vigente internacional, principalmente em relação à concentração midiática dos fluxos de comunicação. Em 1976, a quinta conferência dos países não-alinhados foi realizada em Colombo, capital do Sri Lanka, onde o conceito da Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicações (NOMIC) foi finalmente formulado, como uma emergência de uma “Nova Ordem Econômica Mundial” incorporada nos programas da UNESCO³³ e da Assembleia Geral das Nações Unidas³⁴ em 1978.

O foco principal da discussão sobre os desequilíbrios de comunicação nos países não alinhados foram as quatro agências de notícias que centralizam grande parte da informação destinada a um público mundial. As duas principais agências de notícias da Europa, a *Agence France-Presse* (AFP) e a britânica *Reuters*, e duas agências de notícias dos EUA, a *Associated Press* (AP) e a *United Press International* (UPI).

As reclamações contra essas instituições ocasionaram uma série de ataques aos meios de comunicação ocidentais e até mesmo a veículos de comunicação comerciais em países do terceiro mundo, que acusaram ser uma ameaça à liberdade de imprensa e uma ameaça ao princípio do livre fluxo de informação.

Após mais de dois anos de investigação, o relatório McBride concluiu que o fluxo de informação estava ordenado e concentrado nas direções norte-sul e oeste-leste, explicando as divisões do mundo baseadas na pobreza e na ideologia.

³³ A UNESCO, que significa Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (em inglês: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), é uma agência especializada das Nações Unidas. Foi criada em 16 de novembro de 1945, com o objetivo de promover a colaboração internacional nos campos da educação, ciência, cultura e comunicação. Seu lema é “Construir defesas na mente dos homens e mulheres”.

³⁴ A Assembleia Geral das Nações Unidas é o principal órgão de deliberação, representação e formulação de políticas da ONU. Anualmente, o Comitê Internacional da Cruz Vermelha (CICV) contribui para a Assembleia Geral, abordando diversos temas, como normas de conflito, coordenação humanitária, manutenção da paz, mulheres, crianças, entre outros, por meio de discursos.

Foi a primeira vez que um documento aprovado por uma instituição das Nações Unidas tornou visíveis os desequilíbrios estruturais no domínio da comunicação e apresentou algumas propostas para resolvê-los. Forneceu um diagnóstico dos problemas de comunicação no mundo de hoje, centrando-se na exclusão de grupos, comunidades, pessoas e regiões pelos meios de comunicação. Propôs soluções utópicas para aliviar as desigualdades tecnológicas, os desequilíbrios de informação e as lacunas de conhecimento que existem no planeta.

Além disso, justificou as exigências de uma Nova Ordem Mundial de Informação e Comunicação, questionando a lógica de concentração do poder da informação e a desigualdade tecnológica necessária para este fluxo.

O relatório McBride concluiu para a comunidade internacional onze princípios fundamentais que considera essenciais para fortalecer a nova ordem de informação internacional.

(1) *Fim dos desequilíbrios e desigualdades que caracterizam a situação vigente;*

(2) *Eliminação dos efeitos negativos de determinados monopólios, públicos ou privados, e a excessiva concentração de poder;*

(3) *Remoção dos obstáculos internos e externos para um livre fluxo e mais ampla e equilibrada disseminação das informações e ideias;*

(4) *Pluralidade de fontes e canais de informação; liberdade de imprensa e de informação;*

(5) *Liberdade para os jornalistas e todos os profissionais nos meios de comunicação;*

(6) *Liberdade inseparável da responsabilidade;*

(7) *Preparação dos países em desenvolvimento para buscarem melhoras em suas próprias nações, sobretudo no que diz respeito à aquisição de equipamentos próprios;*

(8) *Capacitação de pessoal, recuperação da infraestrutura, além de tornarem os meios de informação e de comunicação sintonizados com suas próprias aspirações e necessidades;*

(9) *Compromisso sincero dos países desenvolvidos para ajudar os demais a alcançar esses objetivos;*

(10) *Respeito à identidade cultural de cada povo e ao direito de cada nação para informar o público internacional sobre seus interesses, aspirações e respectivos valores sociais e culturais;*

(11) *Respeito aos direitos de todos os povos para participar de intercâmbios de informação, baseando-se na igualdade, justiça e benefícios mútuos, e respeito aos direitos da coletividade, assim como de grupos étnicos e sociais, para que possam ter acesso às fontes de informação e participar ativamente dos fluxos de comunicação.*

Os Estados Unidos, comandado por Ronald Reagan³⁵, e o Reino Unido, comandado por Margaret Thatcher³⁶, estavam insatisfeitos com as conclusões do relatório e reagiram violentamente, rejeitando o documento e definindo-o como puramente político. Sendo assim, retiraram-se da UNESCO, em 1985.

Com o predomínio das ideias neoliberais e a oposição dos americanos e britânicos, a Unesco foi desqualificada como fórum competente para sinalizar os problemas mundiais da comunicação e ficou sem recursos suficientes para implementar as metas prioritárias de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC). No entanto, a essência da avaliação do Relatório McBride continua a ser mantida por organizações culturais e não governamentais que trabalham em todo o mundo.

2.1.2 A concentração midiática e os nichos de mercados globais

Desde a publicação do Relatório McBride, as atividades dos meios de comunicação continuaram com a mesma força e alcance. São organizações que produzem, vendem e distribuem materiais jornalísticos em todo o mundo. Um pequeno grupo que opera como um cartel é responsável pela seleção e organização de informações para a mídia (jornais, rádios, redes de televisão, provedores *on-line*), instituições financeiras, governos e indivíduos em todo o mundo. As principais agências desempenham um papel, até certo ponto, de filtradores de notícias globais. Em um estudo realizado pela pesquisadora Shahira Fahmy, em 1995, ela explica:

As agências ocidentais fornecem mais de 75% das notícias sobre os países em desenvolvimento, o que força estes países a verem as questões da

³⁵ Ronald Reagan, inicialmente conhecido como ator e mais tarde envolvido na política dos Estados Unidos, assumiu a presidência como o 40º presidente do país, ocupando o cargo de 1981 a 1989. Durante seu mandato, houve uma recuperação econômica significativa internamente, ao mesmo tempo que se buscava alcançar a "paz através da força" no âmbito internacional.

³⁶ Margaret Thatcher foi uma política britânica que desempenhou um papel proeminente na política do Reino Unido no século XX. Nascida em 13 de outubro de 1925, em Grantham, Lincolnshire, Margaret Hilda Thatcher tornou-se a primeira mulher a ocupar o cargo de Primeira-Ministra do Reino Unido.

perspectiva ocidental. Boa parte das notícias internacionais flui verticalmente das nações desenvolvidas para aquelas em desenvolvimento através das agências de notícia ocidentais. Na maioria dos países, a cobertura das notícias internacionais gravita em torno das poucas nações poderosas. (Fahmy, 1995)

Ainda afirma que a reportagem e cobertura internacional parecem ser um espelho e um componente de um sistema global que é potencialmente estruturado pelas culturas, economias e políticas mundiais. O conteúdo e o volume do fluxo de notícias são, portanto, influenciados por fatores comerciais, dimensão regional, ligações culturais, recursos de comunicação e distância física. É um mercado escalonado no qual um pequeno número de agências globais fornece notícias para clientes em todo o mundo.

No livro *Agencias Transnacionales*, de Raquel Salinas, ela debate como é evidente a discrepância desigualdade de informações e a divisão do mundo em zonas de interesse e influência:

Por que tanto debate e preocupação com as notícias? As agências estão em uma posição única entre as mídias de notícias: seu negócio específico é descrever o mundo. Elas nem sempre dizem o que pensar, mas sempre dizem sobre o que pensar. Elas definem os possíveis limites da informação coletiva sobre o mundo [...]. Ao definir e interpretar a realidade, elas também definem os possíveis limites da realidade: não se pode fazer nada a respeito do que não se conhece. As agências produzem versões empacotadas e em camadas da realidade: eventos e processos ocorrem em toda parte, mas as agências selecionam quais eventos e processos desejam refletir e de que forma. O processo de produção de notícias também é um processo seletivo, no qual as partes e os sujeitos variam em sua probabilidade de serem incluídos nessa fabricação acelerada e inaceitável de versões da realidade. Foi demonstrado que é improvável que os países e as questões do Terceiro Mundo entrem nessa seleção, a menos que apresentem motivos excepcionais ou trágicos. E como não se pode participar dessa produção global a menos que se tenha os recursos para isso, os países do Terceiro Mundo são forçados a depender, em suas ações e decisões, de uma interpretação da realidade que não os favorece. Esse é o problema (Salinas, 1984, p. 25).

As principais organizações noticiosas ocidentais exploram as perspectivas, os pressupostos e os interesses dos jornalistas, dos governos e dos países desenvolvidos do Norte onde estão sediados. A cobertura destas organizações dominantes não é objetiva: reproduzem estereótipos e representam os interesses dos países ricos e não os dos países em desenvolvimento.

2.1.3 A influência do ciberespaço na concentração midiática

O autor e pesquisador Chris Paterson³⁷, em seu artigo "News Agency Dominance in International News on the Internet", concluiu que as notícias *on-line* demonstram repetidamente as desigualdades e limitações do jornalismo internacional e que a web é um meio tradicional com pouca diversidade de informação. O autor define alguns portais de notícias na Internet como "ciber-mediário", que, frequentemente, reproduz conteúdo de agências de notícias sem editá-las.

Patterson afirma que o *Yahoo* foi o primeiro portal a estabelecer uma relação estratégica com a *Reuters* para fornecer notícias na década de 1990, um modelo que mais tarde foi amplamente imitado. Outro modelo foi a combinação de produção de conteúdo original com o conteúdo das agências de notícias, como a BBC ou *The New York Times*. A questão da homogeneização das notícias na Web é ainda mais complexa quando consideramos que a maioria dos usuários tende a consumir notícias de um número limitado de fontes, especialmente da mídia tradicional.

De fato, a chegada da Internet revolucionou o acesso à informação, porém, ironicamente, também intensificou a centralização da produção de conteúdo pelas agências de notícias. Como resultado, testemunhamos uma preocupante homogeneização dos conteúdos, uma escassez de diversidade informativa e uma notável semelhança nas agendas dos principais portais de notícias.

As gigantes globais de mídia *Associated Press* e *Reuters* estabeleceram seu domínio no cenário internacional de notícias, também conhecido como "duopólio cibernético", de acordo com o especialista Paterson. Com a evolução das tecnologias digitais, as agências de notícias se tornaram mais eficientes na produção e a convergência tecnológica abriu caminho para a conquista de novos mercados, através da criação de produtos voltados para a mesma mídia tradicional que, há tempos, tem contado com a dependência dessas agências.

Os profissionais que integram esses renomados veículos de informação desempenham, com maestria, o papel de *gate-watchers*, atentos ao fluxo incessante das notícias provenientes das agências, filtrando criteriosamente o conteúdo de maior relevância, contudo, sem interferir em sua essência.

³⁷ Chris Paterson é professor na Escola de Mídia e Comunicação da Universidade de Leeds. Autor de *Repórteres de guerra sob ameaça: os Estados Unidos e a liberdade de mídia* (Plutão, 2014) e *As Agências Internacionais de Notícias de Televisão* (2011).

O relatório *McBride* conclui que a concentração nos principais setores da comunicação é resultado das condições que regem a obtenção de benefícios nos mercados nacionais e internacionais, bem como a circulação de capitais. Além disso, o relatório também destaca o impacto das novas tecnologias, como a integração vertical na indústria de computadores, em que empresas não se limitam apenas à pesquisa, fabricação e venda de máquinas, mas também se responsabilizam pelo funcionamento, manutenção e até mesmo pela programação dos sistemas.

Neste contexto, é importante ressaltar que a concentração não ocorre apenas por motivos políticos ou pressões externas, mas, sim, como resultado de estratégias de mercado e aproveitamento das oportunidades oferecidas pela evolução tecnológica. Portanto, é fundamental considerar esses aspectos ao analisar a concentração nos setores de comunicação.

O relatório apresenta uma visão abrangente e inteligente sobre as causas da concentração nos setores de comunicação, levando em conta tanto fatores econômicos quanto tecnológicos.

No contexto atual de concentração midiática, as empresas transnacionais destacam-se como protagonistas. Os modelos de comunicação seguem a mesma lógica aplicada em outros setores econômicos. A transnacionalização ou globalização também afetou o setor de comunicação, criando uma distinção entre os centros de produção e os mercados periféricos.

Resumidamente, a indústria da comunicação é dominada por poucas empresas que controlam todos os aspectos da produção e distribuição, localizadas nos principais países desenvolvidos e com atuação transnacional. A concentração e transnacionalização são consequências inevitáveis da interdependência tecnológica, do alto custo de pesquisa e desenvolvimento e da habilidade das empresas mais poderosas em entrar em qualquer mercado.

Essas tendências existem em várias indústrias, mas a comunicação é um setor especial. As empresas transnacionais têm uma responsabilidade especial no mundo atual, pois sua posição dominante na informação as torna um elemento determinante no desenvolvimento dos modelos econômicos e sociais. Os meios de comunicação transnacionais exercem uma influência fundamental nas ideias, opiniões, valores e estilos de vida, e, portanto, na evolução das sociedades, para o bem ou para o mal.

Os avanços tecnológicos e a Internet não garantem automaticamente o acesso democrático às informações. Embora não estejam disponíveis para todos ou em todas

as regiões, eles oferecem um grande potencial para diversificar as mensagens e democratizar a comunicação. Com a modernização das tecnologias de comunicação, torna-se cada vez mais vital e desafiador para o público exercer controle sobre elas.

A implementação e o desenvolvimento de sistemas de informação em grande escala e bancos de dados resultam na acumulação de enormes quantidades de dados de importância crucial nos setores social, econômico e político. O acesso às fontes de informação pode ser restrito àqueles que as controlam ou pode ser estendido a um amplo público de usuários em potencial. Em resumo, os avanços tecnológicos podem se tornar obstáculos ou ameaças à democratização da comunicação. No entanto, ao mesmo tempo, esses novos serviços também podem levar a estruturas descentralizadas e mais democráticas.

2.2 A "CENSURA INVISÍVEL"

Nesta parte do trabalho, será analisado o conceito de "censura invisível", apresentado por Pascual Serrano³⁸, autor da obra *Desinformación: como los medios ocultan el mundo*, a qual foi peça-chave para o desenvolvimento de toda a pesquisa.

2.2.1 A notícia e a informação como mercadoria negociável

A mídia não explica o mundo. Ela aborda os conflitos com a miopia ocidental, divide os governos em bons e maus de acordo com seus interesses e tenta ancorar os princípios do *status quo* dominante. Por ser considerada uma mercadoria, a informação não está mais sujeita aos critérios tradicionais de verificação, autenticidade ou erro. Agora, ela é regida pelas leis do mercado.

Serrano, durante todo o livro, reafirma que, hoje, o maior objetivo da mídia é convencer a população como um todo a aderir às ideias das classes dominantes. "Nas ditaduras, é o poder que nos impede de acessar as informações. Na democracia, é a própria informação, por meio da saturação, que nos impede de acessá-la" (Serrano, 2009, p. 5).

E é neste sentido que surge o conceito de "censura invisível", praticada pelos grandes grupos de mídia e pelos governos. Portanto, estamos em uma situação em que acreditamos que, por termos mais informações, temos mais liberdade, quando, na verdade, se olharmos atentamente, temos tão pouca informação quanto em outros

³⁸ Nascido em Valência, Espanha, em 1964, Pascual Serrano obteve sua licenciatura em Jornalismo em 1993 pela Universidade Complutense de Madrid. Ele iniciou sua carreira jornalística trabalhando no diário espanhol ABC. Serrano foi o fundador e redator-chefe da revista Voces, publicada pela organização política Esquerda Unida.

momentos. Como afirma Serrano: "Os jornais começaram a existir para dizer a verdade e hoje existem para impedir que a verdade seja dita" (Serrano, 2009, p. 10).

O pesquisador Miguel Rodrigo Alsina³⁹, com base em seus estudos no livro *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*, pode adicionar para essa mesma análise de Serrano a seguinte assertiva: "Foi demonstrado que os comunicadores e jornalistas precisam adaptar seus pontos de vista às demandas da organização e isso explica o tipo de conteúdo produzido por uma mídia" (Rodrigo, 1989, p.189-190).

O renomado escritor e jornalista polonês Ryszard Kapuscinski⁴⁰ fez uma interessante comparação entre a censura que enfrentou em seu país durante o período do chamado socialismo real e a situação atual da mídia. Para ele, a censura agora se disfarça através da manipulação. Enquanto antes, na Polônia, os governos simplesmente proibiam a divulgação de certas notícias, hoje em dia a desinformação ocorre de forma mais sutil, por meio do silenciamento, da banalização e do desvio de atenção para questões menos relevantes. Além disso, há também a marginalização de intelectuais dissidentes e até mesmo a propagação de mentiras. Infelizmente, o quadro de desinformação não melhorou para o cidadão comum, que continua sendo a principal vítima desse jogo de manipulação.

Ignacio Ramonet⁴¹, renomado professor de Teoria da Comunicação e influente presidente do prestigiado jornal mensal *Le Monde Diplomatique*, não poupou palavras ao descrever a atual situação da mídia como uma crise sem precedentes.

A parcialidade, a falta de objetividade, as mentiras, a manipulação ou simplesmente a impostura estão aumentando. Sabemos que nunca houve uma era de ouro da informação, mas, atualmente, isso também atingiu os jornais de qualidade (Ramonet, 2023).

³⁹ Miquel Rodrigo-Alsina atua como professor de teorias da comunicação na Universitat Pompeu Fabra desde 2006. Anteriormente, desempenhou a mesma função na Universidade Autônoma de Barcelona de 1999 a 2006. Possui formação em Ciências da Comunicação e Direito pela Universidade Autônoma de Barcelona, onde também concluiu seu doutorado em Ciências da Comunicação.

⁴⁰ Ryszard Kapuściński (1932-2007) foi um jornalista e escritor polonês, amplamente reconhecido por suas reportagens e livros que exploram eventos políticos e culturais em várias partes do mundo. Sua obra é apreciada não apenas por seu relato preciso de eventos históricos, mas também por sua habilidade em capturar a essência cultural e humana dos lugares que cobria.

⁴¹ Nascido na Galícia em 1943, Ignacio Ramonet atua como diretor do *Le Monde Diplomatique* em Paris. Especializado em geopolítica e estratégia internacional, leciona Teoria da Comunicação na Universidade Denis Diderot de Paris. Possui doutorado em Semiologia e História da Cultura pela Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais, onde foi aluno de Roland Barthes. Ramonet é um dos fundadores da Attac e membro do Conselho Internacional do Fórum Social Mundial.

A questão em discussão é de extrema importância, uma vez que o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, datada de 1948, garante o direito de "receber informações e opiniões". Portanto, se as notícias veiculadas em nossa mídia não cumprirem com a veracidade e a qualidade necessárias, e se as opiniões não forem apresentadas de forma equilibrada, violam-se os dois pilares legislativos fundamentais de nossa sociedade, mesmo que continuemos a nos orgulhar de nossa liberdade de imprensa.

2.2.2 O silenciamento da América Latina

A falta de divulgação por parte da mídia sobre a colaboração entre os países da região é um exemplo evidente que existe, sim, o silenciamento da América Latina nos veículos de comunicação. As relações entre os países latinos não se baseiam apenas em comércio e negócios, mas, sim, em uma compreensão diferente das relações internacionais. Essa ausência de visibilidade impede que o público tenha conhecimento disso.

A América Latina enfrenta altos níveis de pobreza, o que torna as políticas de cooperação uma necessidade urgente. Infelizmente, não é incomum encontrar acusações de chantagem e interferência contra governos que buscam solidariedade com países vizinhos nos meios de comunicação.

Em 2007, Daniel Ortega⁴², líder da Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN), foi eleito presidente da Nicarágua. No entanto, surgiram acusações de que Cuba e Venezuela estavam exercendo influência e manipulando o povo nicaraguense para garantir a vitória de um candidato alinhado com suas ideologias. Essa suposta interferência foi exemplificada pela proposta da Venezuela de fornecer todo o petróleo necessário para superar a crise energética da Nicarágua, em um acordo de pagamento de 25 anos, com dois anos de carência e uma taxa de juros de apenas 1%.

Além disso, a Venezuela também propôs a assinatura de 33 acordos através da Associação de Municípios Nicaraguenses (Amunic), com o objetivo de integrar esses municípios à Associação Mercal, facilitando a comercialização de seus produtos. Outra evidência dessa influência foi o aumento do número de nicaraguenses

⁴² Daniel Ortega é um político nicaraguense nascido em 11 de novembro de 1945. Ele emergiu como uma figura proeminente na política da Nicarágua durante a Revolução Sandinista na década de 1970. Ortega foi um dos líderes do movimento que depôs o governo de Anastasio Somoza Debayle em 1979, levando à instalação do governo sandinista.

participando da missão Operação Milagre, que oferecia cirurgias oftalmológicas gratuitas nos hospitais de Havana para pessoas de origens mais pobres. A cada quinze dias, voos financiados pela Venezuela eram realizados de Manágua para Havana, permitindo que mais pessoas tivessem acesso a esses procedimentos médicos. Os pacientes atendidos no novo hospital da Venezuela eram todos nicaraguenses de baixa renda, que recebiam tratamento totalmente gratuito. Esse hospital tem capacidade para cuidar de até quatro mil pacientes da América Latina.

Outro aspecto a ser ressaltado, a Nicarágua adotou o método cubano de alfabetização "Yo sí puedo" em dois terços dos municípios do país. Isso possibilitou que 150.000 pessoas aprendessem a ler e escrever até o final de 2007. Desde a queda do sandinismo, a taxa de analfabetismo triplicou na Nicarágua devido às políticas neoliberais.

No entanto, o método cubano já havia sido testado com sucesso anteriormente, em um programa piloto em vários municípios administrados pela FSLN, onde mais de dois mil nicaraguenses aprenderam a ler e escrever. O governo e o povo cubanos fizeram doações generosas para esse programa de alfabetização, incluindo 5.000 aparelhos de televisão e 5.000 gravadores de vídeo VHS, além de oferecerem consultoria pedagógica.

Essas experiências, que seriam consideradas incríveis em regiões ricas, passaram despercebidas pela mídia ocidental, que sempre as apresentou como meras interferências interesseiras de Hugo Chávez e Fidel Castro, com o objetivo de impor sua ideologia.

É uma pena que os países ricos não se espelhem e adotem programas de saúde e educação semelhantes na África, visando conquistar o apoio dessas populações. Seria uma estratégia inteligente para melhorar a qualidade de vida e promover o desenvolvimento sustentável (Serrano, 2009, p. 94).

Em diversas ocasiões, a percepção da América Latina é obscurecida pelos interesses econômicos das nações mais desenvolvidas. Essa influência não se limita apenas a acordos comerciais claros, mas também se reflete inconscientemente no discurso midiático.

Pascual Serrano expõe um exemplo notável dessa subjogação e obscuridade dos latinos, enquanto a Europa insiste em desviar a atenção para si mesma. Em novembro de 2006, na Espanha, um artigo econômico intitulado "América Latina brilha nos resultados" foi publicado, trazendo uma perspectiva interessante. O texto começa

com a afirmação de que a América Latina está vivendo um momento tranquilo no campo macroeconômico. Todavia, ao lermos a reportagem, que é o destaque do suplemento econômico do jornal, percebemos que ela não aborda a situação econômica dos latino-americanos ou de suas empresas. Em vez disso, ele faz uma análise dos impressionantes lucros obtidos pelas empresas espanholas na América Latina.

Em outras palavras, não são os latino-americanos, mas, sim, os acionistas das gigantes multinacionais da época, como BBVA, Repsol, Telefónica, Endesa e Banco Santander, que estão desfrutando de um momento tranquilo. É por isso que a notícia da nacionalização dos hidrocarbonetos pelo governo boliviano está estampada nas manchetes, sendo apresentada pela imprensa sem uma análise mais aprofundada, como se fosse uma apropriação dos negócios das empresas espanholas.

Contudo, o que eles nunca mencionam é que, graças a essa nacionalização, a Bolívia aumentou sua receita de 300 para 2,6 bilhões de dólares, dinheiro que antes ia diretamente para as multinacionais e agora pertence a todos os bolivianos.

Infelizmente, a mídia está vinculada aos interesses das grandes empresas multinacionais e de algumas das grandes potências, de modo que quando afirmam que a América Latina está indo bem, na verdade, estão querendo dizer que as multinacionais estão se saindo bem naquela região, e não que o Estado tem mais recursos para investir em saúde e educação.

2.3 OS ESTEREÓTIPOS LATINO-AMERICANOS DITADOS PELA MÍDIA

2.3.1 A (des)colonização do imaginário

Antes de se tratar da colonização do imaginário, deve-se indagar o que é esse imaginário e como ele está inserido na sociedade. Pelos conceitos do professor da Universidad de Zaragoza, Daniel H. Cabrera⁴³, na Era contemporânea⁴⁴, a sociedade se depara com um dilema político crucial, se questionando em “como conceber a si

⁴³ Daniel H. Cabrera Altieri (danhcab@unizar.es). Doutor em Comunicação, Diploma de Estudos Avançados em Filosofia, Mestre em Sociosemiótica. Professor Titular da Área de Jornalismo e Coordenador do Bacharelado em Jornalismo, Faculdade de Filosofia e Letras, Universidade de Saragoça. Anteriormente, lecionou Teorias e Sociologia da Comunicação na Universidade Nacional de Córdoba, na Argentina, e na Universidade de Navarra, na Espanha. Foi professor de Pós-Graduação em Comunicação e pesquisador na época integral, não o Instituto de Filosofia da Universidade de Veracruzana do México.

⁴⁴ A Era Contemporânea, uma das fases históricas, teve início cronologicamente com a queda da Bastilha em 1789 e se estende até os dias atuais. Este período é caracterizado por significativas transformações impulsionadas pelo avanço tecnológico, além de ser marcado pela consolidação do capitalismo e por importantes conflitos, especialmente durante o século XX.

mesma como uma entidade autogovernante, capaz de se autodirigir sem depender de influências externas”.

A sociedade ocidental moderna se vê como tendo a necessidade e a capacidade de se estabelecer de forma independente. Em resposta a esse movimento, na esfera da filosofia política os conceitos de "ideologia", "consciência coletiva e representação" e "sentido social" emergem e participam da inauguração da disciplina sociológica como uma reflexão sobre a sociedade como o trabalho dos seres humanos. A reflexão sobre "o imaginário social" está inserida nesse contexto.

A resposta à questão política da modernidade dá origem à reflexão das ciências sociais, que buscarão compreender os "mecanismos" pelos quais a construção da sociedade é possível. O engano inerente a certos conhecimentos, as determinações estruturais das ideias, as categorias da "mente social", os mecanismos de formação das ideias, as técnicas propagandísticas do governo, a religião como guia de comportamento, os valores socialmente compartilhados, as crenças, as "definições" da realidade, são alguns dos temas e perspectivas que, embora presentes no pensamento filosófico desde o seu nascimento, somente na modernidade são articulados em termos disciplinares como um corpo de problemas e doutrinas específicas, como resposta à consciência da sociedade como instituição humana.

No campo da Comunicação, o imaginário começa a se tornar noção-chave para um entendimento que conecte as dimensões política, social, histórica e cultural dos fenômenos. Afinal, a construção do imaginário está relacionada com o que as pessoas consomem no seu dia a dia. Quando se trata da construção do imaginário latino-americano, essa operação nos remete, em primeiro lugar, à necessidade de refletir sobre as especificidades e ambivalências presentes na construção das identidades nacionais nos países de passado colonial. A colonização, para além de um processo de dominação econômica, supõe uma intrincada rede de processos simbólicos na relação colonizador/colonizado responsáveis pelo modo como este último representa a si e aos outros, ao mesmo tempo, incorporando de forma especular padrões culturais do colonizador, e recusando-os, como único caminho para afirmar sua própria identidade.

Toda a operação de colonização, portanto, agiu no sentido de desalojar os nativos de sua cultura, ao mesmo tempo que lhes era imposta uma história alheia. A construção da identidade nacional desses países latino-americanos, em grande medida, esteve sempre associada à necessidade de busca de uma identidade

moderna, para acertar o passo com o discurso civilizatório do colonizador. A síntese na constituição da identidade latina passa, portanto, pela formação de um imaginário moderno que vai permear diferentes momentos desse processo desde o século XIX.

Entendendo-se sobre essa formação do imaginário social, é possível abordar sobre a “colonização do imaginário” e como isso impacta até os dias de hoje, quando o latino-americano reproduz tanto na mídia quanto em falas cotidianas termos, expressões e pensamentos sobre si, preconceituosos e estereotipados, que foram adestrados no período colonial.

A metáfora da descolonização é uma forma eficaz de eliminar uma crença arraigada. Ao analisar as relações entre o Norte e o Sul, podemos encontrar o termo “colonização” sendo utilizado por antropólogos anti-imperialistas para descrever a mentalidade. Vários livros exploram esse conceito, como a obra de Serge Gruzinski⁴⁵, em 1988, *A colonização do imaginário*, que aborda o processo de ocidentalização. Todavia, quando Gruzinski fala da colonização do imaginário, ele se refere à continuação do processo colonial e à conversão dos nativos pelos missionários. Essa conversão religiosa também envolveu a des-culturação e a aculturação dos nativos ao cristianismo e à civilização ocidental, como parte do projeto imperialista. Essa opressão no imaginário é real e vai além do simbólico, como evidenciado pelas práticas inquisitórias dos conquistadores espanhóis no Novo Mundo.

À medida que a sociedade cresce e se desenvolve, enfrenta-se um processo de conversão das mentalidades, um processo de natureza ideológica e quase religiosa, que busca estabelecer o imaginário do progresso e da economia.

No Ocidente, quando se pensa sobre a colonização do imaginário, estamos lidando com uma invasão mental em que somos tanto vítimas quanto agentes. Na maioria, isso é resultado de uma autocolonização, uma servidão parcialmente voluntária. Portanto, a expressão “descolonização do imaginário” marca uma mudança significativa em sua semântica. O que torna isso original é a ênfase na forma particular do processo inverso ao analisado pelos antropólogos. “É uma mudança de

⁴⁵ Serge Gruzinski, um historiador francês e paleógrafo formado pela École de Chartes, atua como professor na École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris. Além disso, é pesquisador do Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) e curador do Museu do Quai Branly, em Paris. Ele é autor de diversos artigos e ensaios, tendo algumas de suas obras traduzidas para o português, como *A Colonização do Imaginário: Sociedades Indígenas e Ocidentalização no México Espanhol*, sécs. XVI-XVIII.

paradigma, uma verdadeira revolução do imaginário”, como o escritor francês Edouard Glissant a descreve.

Essa revolução cultural não se limita apenas à mudança de valores, mas também requer a saída da economia e a des-ocidentalização. Essa é a essência do projeto de pós-desenvolvimento dos militantes do decrescimento. No entanto, sair do imaginário dominante ou colonial não é uma tarefa fácil. Não se pode simplesmente decidir mudar nosso próprio imaginário, e ainda menos o dos outros, especialmente se eles estiverem profundamente arraigados na ideia de crescimento.

Portanto, a descolonização do imaginário requer uma mudança profunda em nossa forma de pensar e de educar as futuras gerações. É um desafio que exige uma abordagem séria e comprometida, mas que pode levar a uma sociedade mais consciente e livre.

2.3.2 Alteridade e Identidade

Para abordar temas como reprodução de estereótipos é necessário trazer à tona a relação e o conceito de alteridade e identidade. De forma simples, identidade é o conjunto de características próprias de um indivíduo ou um grupo, por meio das quais esse indivíduo forma sua própria personalidade, mas também a recebe do meio, no qual realiza sua interação social.

A necessidade de pensar o sujeito contemporâneo a partir de sua relação com o outro se torna bastante problemática se não inserirmos, nessa reflexão, a questão da alteridade e a necessidade imediata da reconstrução de seu significado. É nesta configuração do desconstruir, a imagem pronta da identidade, que podemos caminhar na questão da alteridade, tarefa difícil para uma sociedade que tem cultuado o individualismo e a sua valorização.

Arrisca-se dizer que o grande desafio que se coloca ao processo da alteridade e fazer com que este processo seja antes de tudo humanizado e libertador, construído dia a dia na troca de valores humanos. Neste sentido, o autor Cipriano Luckesi afirma:

O ser humano é social, na medida em que vive e sobrevive socialmente. Vive articulando com o conjunto dos seres humanos de gerações passadas, presentes e futuras. Não se dá isoladamente. A sua prática é dimensionada por suas relações com os outros. O ser humano é um ser histórico, uma vez que suas características não são fixas e eternas, mas determinadas pelo tempo, que passa a ser constitutivo de si mesmo. O ser humano sofre as determinações do tempo histórico; seu corpo, seus sentidos e sua personalidade caracterizam-se pela historicidade (Luckesi, 1994, p. 110).

Para os autores Trevisan e Tomazetti, a alteridade é uma arma de resistência contra a “mesmice sistêmica”, pois, fora do âmbito da totalidade, não pode haver novidade, entendida como a existência de algo fora do mesmo. É na ação da comunicação, do contato e na expectativa criada com o outro, estabilizada a partir de uma realidade, que a alteridade vai tomando forma e ganhando corpo.

No XVII Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, realizado em setembro de 2023, o professor e doutor Rodrigo Browne-Sartori⁴⁶, da Universidad Austral de Chile, concedeu um exemplo de alteridade encontrado na peça de teatro chilena “Tu Amarás”, do grupo Bonobo.

Na obra, é ironizada a dicotomia entre identidade e alteridade – a qual está ausente frente a uma presença forte da identidade – e mostra sua relação com a violência. A história se passa em uma reunião de médicos, como um congresso, onde surgem pessoas que não são da Terra. Os profissionais da saúde têm que se relacionar com os extraterrestres ali encontrados, chamados Amenites. Ou seja, a obra tem o intuito de mostrar a identidade, apresentada por uma força profissional importante para a sociedade, precisando enfrentar a alteridade, que são, ironicamente, ETs. Os médicos discutem a ponto de se discriminar, sem reconhecer humanidade nos outros que não são iguais, desumanizam os Amenites como se fossem animais inferiores. Voltando para a nossa realidade, pode-se dizer que os nativos encontrados na América Latina poderiam ser os ETs, como na colonização.

Não por acaso, colocam extraterrestres para essa representação. Apresentam quem está ganhando ou perdendo nessa relação, o que também pode se comparar com a relação de colonizados e colonizadores. Extraterrestres livres e não civilizados, assim como nativos da América. “A alteridade enfrenta a identidade de quem a conquistou”, relata Browne. Quando Browne insere no tema de alteridade a questão do Ocidente e “resto do mundo”, afirma que o Ocidente, com uma lógica europeia, impõe o discurso, sua identidade, sobre o outro e que a exacerbação dessa identidade se faz considerar que a Europa é o centro. “O Ocidente pretendeu escrever uma história que é a que a eles lhes convém e a que eles querem que se difunda. Uma

⁴⁶ Rodrigo Browne-Sartori, possuidor de doutorado em Comunicação, atualmente exerce a função de professor e pesquisador no Instituto de Comunicação Social, pertencente à Faculdade de Filosofia e Humanidades da Universidad Austral do Chile em Valdivia. Além disso, desempenha o papel de diretor de estudos de pós-graduação na mesma instituição.

história linear, que não seja ocupadas de movimentos e mutações de alteridades" (Browne, 2023).

Com isso, há diversas circunstâncias que favorecem a perpetuação de estereótipos que promovem violência, acentuam diferenças e alimentam dinâmicas de hiper-identificação, sendo os meios de comunicação responsáveis por essa reprodução.

2.3.3 Padrões de representação na cobertura e visão europeia e reprodução da mídia latino-americana

Inicialmente, a palavra estereótipo era exclusiva do vocabulário da imprensa e da tipografia, mas a partir dos anos 1920, ela adquiriu um sentido metafórico nas ciências sociais graças a Walter Lippmann⁴⁷, renomado escritor e colunista político dos Estados Unidos. Em sua obra *Opinião Pública* (1922), que é considerada o livro pioneiro dos estudos midiáticos americanos, Lippmann explora duas concepções distintas de estereótipo. A primeira, de cunho psicológico, descreve o estereótipo como um mecanismo necessário para processar informações, especialmente em sociedades altamente complexas.

A segunda definição coloca o estereótipo no mesmo patamar de outros padrões abrangentes de categorização e representação, fundamentais para o processo cognitivo pelo qual estruturamos e interpretamos experiências, eventos e objetos variados. A argumentação de que representações seletivas, parciais, ultra-simplificadas e instrumentais do "outro" desempenham um papel crucial no processamento mental dos estímulos é amplamente estudada na área da psicologia social, e tem impacto significativo nos campos da ciência política, história, estudos culturais e midiáticos.

Esta premissa nos conduz, todavia, a uma conclusão perigosa de que o estereótipo é inevitável, absolvendo aqueles que o perpetuam e nos deixando impotentes diante do racismo, da xenofobia e da discriminação sexual.

Com o intuito de evitar que nos precipitemos em absolvições apressadas e desastrosas dos estereótipos, é necessário resgatar a segunda definição atribuída por

⁴⁷ Walter Lippmann, renomado escritor, jornalista e comentarista político dos Estados Unidos, ganhou destaque por ser um dos pioneiros na introdução do conceito de Guerra Fria. Ele foi o responsável por dar significado ao termo "estereótipo" no contexto psicológico moderno e por criticar a mídia e a democracia em suas colunas de jornal e diversos livros, notavelmente *Opinião Pública*, publicado em 1922.

Lippmann. Nessa visão, os estereótipos são entendidos como construções simbólicas com um viés político evidente, que se mostram impermeáveis à reflexão racional e resistentes a qualquer mudança na sociedade.

A propagação, através dos meios de comunicação em massa, de representações equivocadas de estrangeiros, classes sociais e outras comunidades tem sido ressaltada como um desafio importante para a democracia. Para que o processo democrático possa avançar, cada cidadão precisa ter uma compreensão clara sobre questões essenciais da vida política e social.

Assim, com base nessa última definição, os estereótipos desempenham um papel crucial ao fornecerem uma estrutura de organização ao mundo social. Porém, a diferença crucial reside no fato de que os estereótipos buscam limitar qualquer forma de flexibilidade de pensamento ao compreender, avaliar ou comunicar uma realidade, ou diversidade, visando manter e reproduzir as relações de poder, desigualdade e exploração.

Os estereótipos vão além de simplesmente categorizar pessoas. Eles carregam consigo julgamentos e preconceitos implícitos ou explícitos sobre seu comportamento, pontos de vista e história. Podem variar em intensidade e apelo emocional, mas geralmente refletem tensões e conflitos sociais subjacentes. Alguns exemplos voltados à América Latina são: "índio selvagem", "latino corrupto e preguiçoso", "a mulher latina exótica", entre outros.

Como uma influente forma de controle social, as fronteiras simbólicas são estabelecidas e mantidas para distinguir o normal do anormal. Essas fronteiras fortalecem a autoestima e promovem a união daqueles que são considerados normais em uma "comunidade imaginada". No entanto, ao mesmo tempo, elas também excluem, rejeitam e simbolicamente exilam tudo aquilo que não se enquadra, tudo o que é diferente.

Antonio Gramsci⁴⁸, renomado pensador italiano, descreveu como "luta pela hegemonia" o esforço constante das classes dominantes em moldar a sociedade inteira de acordo com sua visão de mundo, seus valores e sua sensibilidade. Eles buscam estabelecer sua supremacia para conquistar um consentimento amplo e

⁴⁸ Antonio Gramsci (1891-1937), renomado teórico e ativista político marxista, veio ao mundo na Sardenha, Itália, em janeiro de 1891. Graduou-se na Universidade de Turim e, em 1913, tornou-se membro do Partido Socialista Italiano. Sua imersão nas obras de Marx, Engels e Lenin o levou a abandonar o idealismo filosófico, levando-o, assim, em 1921, a unir-se ao grupo que seria responsável pela fundação do Partido Comunista Italiano (PCI).

aparentemente natural, fazendo com que essa situação seja vista como inevitável e desejável por todos.

Os meios de comunicação de massa, junto às produções cinematográficas, são a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos, quando propagamos os padronizados e, sempre exagerados, estereótipos latinos. Quando nos deparamos com filmes protagonizados por personagens latino-americanas, é evidente a presença de estereótipos que retratam essas mulheres. Porém, as narrativas que envolvem as latinas se baseiam em estereótipos ainda mais marcantes e, de certa forma, negativos. Muitas vezes, é criada uma dicotomia entre a mulher latina e a ocidental, apresentando a latina como permissiva e temperamental, em contraposição à jovem inocente do ocidente do velho mundo. Ou seja, não se trata apenas de um estereótipo isolado sobre a mulher latina, mas também de uma comparação entre comportamentos femininos, estabelecendo o que é considerado certo e errado. Além disso, como essa mulher latina é retratada não se limita apenas à sua própria imagem, mas também molda a identidade de toda a América Latina.

Ao consumir esses conteúdos, é evidente que a representação dos latinos é envolta em estereótipos preconceituosos. Fica claro que latinos são frequentemente retratados como traficantes, latinas como mulheres sensuais, temperamentais e interesseiras, entre outras representações simplistas. Infelizmente, isso nos leva a concluir que é assim que a sociedade ocidental do norte global enxerga os latinos. Embora esses elementos sejam óbvios, eles geralmente não incomodam a população latina, que se acostumou a ser retratada dessa maneira. Mesmo que não concordemos com as representações feitas, nós, latinos, também não buscamos uma representação mais fiel à nossa essência.

Quando nos aprofundamos na variedade de culturas da América Latina, percebemos que é impossível retratá-las de forma única. Um chileno não é igual a um brasileiro, que não é igual ao panamenho. As diferenças são profundas e derivam dos países colonizadores, das diferentes situações financeiras de cada país e dos costumes criados ao longo das últimas décadas.

Com isso, como a imprensa europeia enxerga a América Latina pode ser descrita como, na maioria, superficial e permeada por esses preconceitos e estereótipos. Muitas vezes, as notícias veiculadas pelos meios de comunicação europeus sobre a América Latina são simplificadas e não contemplam a complexidade e diversidade da região.

A tendência é de enfoque em estereótipos negativos, como a violência, a corrupção e a instabilidade política, enquanto temas como a cultura, o desenvolvimento social e econômico e as contribuições para a comunidade internacional são frequentemente negligenciados.

O escritor e jornalista colombiano Gabriel García Márquez⁴⁹, em seu discurso na premiação do Nobel de Literatura pelo livro *Cem Anos de Solidão*, também trata como características positivas da sociedade latino-americana são sempre substituídas pelas grandes manchetes padronizadas.

Os progressos da navegação que reduziram tanto as distâncias entre nossas Américas e a Europa parecem haver aumentado nossa distância cultural [...]. Por que pensar que a justiça social que os europeus desenvolvidos tratam de impor em seus países não pode ser também um objetivo latino-americano, com métodos distintos e em condições diferentes? Não: a violência e a dor desmedida da nossa história são o resultado de injustiças seculares e amarguras sem conta, e não uma confabulação urdida a três mil léguas da nossa casa (Marques, 1982).

Apesar de parecerem assuntos que seriam prováveis de ver no passado, o racismo e a xenofobia com a América Latina ainda são narrativas presentes na imprensa europeia, mas de uma forma (nem tão) velada. Um exemplo disso foi a mídia espanhola quando retratou com um pensamento preconceituoso, racista e colonial o escândalo envolvendo o jogador brasileiro Vinícius Júnior, que defende o Real Madrid, não só vítima de racismo durante a partida contra o Valencia, no Campeonato Espanhol, mas também em partidas subsequentes, evidenciando o hábito de manifestação de cunho racista de diversas torcidas de clubes espanhóis.

A mídia espanhola resolveu inverter os papéis e transformar a vítima em vilão, culpando Vinícius Júnior por provocar a torcida do adversário, mesmo com evidências de que o jogador estava sendo xingado de forma racista. Na Espanha, Vinícius é visto como "uma vergonha para o futebol", como afirmou o porta-voz do Partido Socialista Operário Espanhol de Valência, um dos partidos mais progressistas do país.

O "crime" do jogador de 22 anos, nascido em São Gonçalo, no Rio de Janeiro, é comemorar seus gols com danças. A dança comemorativa de um negro é considerada ofensiva, mesmo o Brasil reconhecido mundialmente por sua cultura de

⁴⁹ O escritor colombiano Gabriel García Márquez nasceu em 6 de março de 1927, em Aracataca, e faleceu em 17 de abril de 2014, na Cidade do México. Iniciou seus estudos na Universidade de Cartagena, onde recebeu formação acadêmica em Jornalismo. Em 1947, publicou seu primeiro conto, "La Hojarasca". No ano seguinte, deu início a uma carreira como jornalista, colaborando com várias publicações sul-americanas.

dança. No entanto, quando o jogador norueguês de 22 anos, Erling Haaland, de mesma visibilidade que o brasileiro, pede para a torcida adversária "calar a boca", a mídia o celebra ao eliminar o Bayern Munich, um rival tradicional de seu antigo clube, Borussia Dortmund.

É uma clara demonstração de um ato injusto e desonesto. Além disso, o ato de criticar um negro por dançar é, por si só, racista. Mas o que realmente faz os torcedores e mídia europeia sentirem que Vinícius Júnior deve muito mais que Haaland é a maneira como eles veem os jogadores latino-americanos, que em sua maioria são negros, como simples mercadoria.

Ada Silveira, renomada autora do livro *A cobertura jornalística de fronteiriços e favelados*, oferece uma perspectiva sobre a forma como a mídia latino-americana, especialmente a brasileira, aborda essas regiões. Ela destaca que a cobertura dessas áreas é semelhante àquela das favelas e regiões periféricas da América Latina, com o intuito de alertar a população sobre os perigos presentes ali. No entanto, Silveira também chama a atenção para o fato de que muitas dessas notícias são provenientes de agências de notícias europeias, o que resulta em uma representação reducionista desses países, baseada principalmente na cultura de seus países de origem, caracterizando assim um comportamento etnocêntrico.

A pesquisa realizada por Thays Martins, publicada no *Brazilian Journal of Development*, revelou uma análise sobre a abordagem da mídia brasileira em relação à América Latina. O estudo examinou minuciosamente todas as notícias publicadas em 2017 nas revistas Veja e Carta Capital, resultando em uma compilação de 102 edições (52 da Veja e 50 da Carta Capital). Dentro dessas edições, foram encontradas 229 matérias nas seções internacionais, porém, apenas 35 delas tratavam de algum país latino-americano, representando meros 15,2% do total.

Curiosamente, foram abordados 44 países diferentes ao longo das matérias. Enquanto a média de cobertura por país é de apenas 5%, os Estados Unidos se destacaram com impressionantes 32% do total, enquanto a Europa possuía mais de 45% das matérias. Surpreendentemente, as sobre a América Latina como um todo representaram apenas 11% do total, enfatizando os dados já publicados pelo relatório McBride.

Ainda mais surpreendente é que, das 34 nações latino-americanas, apenas nove foram mencionadas nas 33 reportagens sobre a região. Argentina, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, Venezuela, Paraguai, México e Uruguai foram os países

que receberam alguma atenção das duas revistas analisadas. Entre eles, a Venezuela foi o país mais abordado, com 12 matérias, correspondendo a 33,3% do total.

Esses resultados revelam uma clara disparidade na cobertura midiática entre os países da América Latina e os da Europa, com uma atenção desproporcional. Além disso, a falta de representação de diversos países latino-americanos sugere uma lacuna na abordagem jornalística da região.

Tal análise, que no caso levou o Brasil como demonstração, pode provar como a América Latina reproduz conceitos padronizados de si que são ditados pelas grandes agências internacionais ocidentais. Além de dar relevância maior para temas ligados à Europa em detrimento a temas do seu próprio povo e, quando precisam tratar sobre seus próprios assuntos, reproduzem a visão da mídia eurocêntrica.

É evidente que a imprensa europeia tende a retratar a América Latina de forma estereotipada, seguindo padrões de manchetes que muitas vezes não refletem a realidade complexa e diversa da região. Essa reprodução midiática latino-americana, por sua vez, acaba perpetuando esses estereótipos e contribuindo para uma visão distorcida e simplificada do continente e seu povo. É fundamental que os meios de comunicação europeus sejam mais conscientes e responsáveis em sua cobertura, buscando uma representação mais justa e equilibrada da América Latina.

Além disso, é importante que os próprios veículos de comunicação latino-americanos também sejam mais críticos em relação à reprodução desses estereótipos, promovendo uma cobertura mais contextualizada e aprofundada. Somente assim poderemos romper com os padrões de representação estabelecidos e construir uma visão mais precisa e respeitosa da América Latina.

CAPÍTULO 3: ANÁLISES QUALITATIVAS DA MÍDIA EUROPEIA: 3 CASOS

Neste capítulo, iremos explorar como é a abordagem da imprensa da Europa diante de temas cruciais e relevantes na política latino-americana atual, que serão exemplificados, além de demonstrar como esse é o grande fator para a formação da opinião pública europeia. É importante ressaltar que, dado o fato de as principais agências de notícias estarem sediadas na Europa, nota-se como os assuntos são apresentados de uma perspectiva eurocêntrica, ou seja, de que maneira os assuntos latino-americanos podem prejudicá-los, afetá-los, beneficiá-los sempre centralizando no contexto europeu.

Todos os três casos que serão analisados foram baseados em quatro importantes periódicos europeus: *Diário de Notícias*, de Portugal, *El País*, da Espanha, *La Republica*, da Itália, e *BBC*, do Reino Unido.

3.1 CASO 1 – 50 ANOS DO GOLPE DO CHILE

O aniversário de 50 anos, em 2023, do golpe militar no Chile⁵⁰ é um evento de significativa relevância histórica e política. A mídia europeia, representada por quatro fontes de notícias, aborda esse tema com uma variedade de tons, perspectivas e enfoques. As diferentes abordagens refletem a complexidade do assunto e a diversidade de opiniões presentes na sociedade chilena.

As matérias escolhidas foram:

- Portugal: *Diário de notícias* – “Costa no Chile nos 50 anos do golpe que derrubou democracia de Allende”
- Espanha: *El País* – “Crispado y sin consenso, Chile conmemora los 50 años del golpe de Estado de Pinochet “
- Itália: *La Repubblica* – “Cile, il golpe dell’11 settembre 50 anni dopo: si temono scontri con l’estrema destra”
- Reino Unido : *BBC* – “Chile marks military coup as divisions continue”

No *Diário de Notícias*, de Portugal, para tratar sobre o tema, a mídia em questão relata a partir da ideia da presença da Europa, no caso, Portugal, contra as ditaduras latino-americanas, trazendo a participação do primeiro-ministro português, António

⁵⁰ A ditadura militar no Chile refere-se ao período de governo autoritário liderado por Augusto Pinochet, que teve início após o golpe de Estado de 11 de setembro de 1973, que derrubou o governo democraticamente eleito de Salvador Allende. A ditadura perdurou até 1990, quando o país retornou a um regime democrático.

Costa, nas cerimônias dos 50 anos do golpe militar no Chile. Além disso, menciona a evocação das vítimas do Regime de Pinochet e enfatiza o compromisso com valores democráticos. De forma não tão implícita, descreve como a Europa participou para controlar a instabilidade política que ocorreu no país e, com isso, reafirmando a superioridade ocidental, de maneira sutil.

Embora a notícia se volte contra a ditadura, ela fornece informações sobre a visita de António Costa ao Chile e detalhes das cerimônias planejadas, não se aprofundando em uma análise abrangente da realidade chilena. Até mesmo colocando como principal imagem da notícia, uma foto do primeiro-ministro português, demonstrando que o enfoque de uma notícia latino-americana é a uma figura europeia.

Figura 1 – Foto do primeiro-ministro português



Fonte: Diário de Notícias (2023).

Figura 2 – Diário de Notícias, Portugal



Fonte: Diário de Notícias (2023).

No El País, da Espanha, a notícia descreve em detalhes a divisão na sociedade chilena em relação ao golpe militar e que ainda há uma parte significativa da população apoiando ou justificando o regime de Pinochet. O artigo do jornal espanhol sugere que a sociedade chilena “perdeu a capacidade de dialogar e chegar a acordos”, ressaltando durante todo o texto a fragilidade política de governos latino-americanos pós-ditaduras e como o país é instável econômica e politicamente falando. Utiliza-se de termos como “fracasso”, para se referir às tentativas de mudanças no Chile.

A imagem principal da notícia retrata um momento de reflexão sob as fotos das muitas vítimas do Golpe, frente a um país polarizado que detém uma parcela da população que justifica os atos, o que complementa as palavras do texto para passar um certo ar de “indiferença” da população latino-americana frente aos atos antidemocráticos e, de forma implícita, reforçando como a Europa é contrária a tudo isso.

Figura 3 – As muitas vítimas do Golpe



Fonte: El País (2023).

Figura 4 – El País, Espanha



Fonte: El País (2023).

Já na Itália, o jornal La Repubblica descreve as tensões no Chile antes do aniversário de 50 anos do golpe de Pinochet. Ele relata os eventos sem tomar partido ou mostrar-se em acordo ou desacordo, apresentando apenas uma visão geral dos acontecimentos. Menciona vagamente a celebração do aniversário do golpe e a mobilização social, mas não se aprofunda muito na análise das causas das divisões políticas. Foca, apenas, em mostrar o quão frágil e instável é a economia do país, a democracia e como a população chilena reage a isso – reforçando como buscam

divulgar à população europeia o que eles já estão acostumados (e querem seguir assim) a ler e ouvir sobre a América Latina.

Já a BBC, do Reino Unido, se apega aos adjetivos para relatar o clima político no Chile antes do aniversário do golpe e relata sobre o golpe como “um dos” problemas do país. “Dividido, tenso, polarizado” são palavras recorrentes no texto para destacar as divisões na sociedade chilena e o clima ali presente.

Usa do período conturbado, durante a reforma constitucional chilena, para destacar a falta de consenso entre os cidadãos. A BBC também adere, como base argumentativa, à imagem da bandeira chilena sendo homenageada, mas com uma sombra de protestante, com a legenda: “Sociedade chilena continua se segmentando”, com o intuito de passar aos leitores a despreocupação e negligência da população em relação aos ocorridos e, com isso, esta mídia segue na intenção de inferiorizar não só a política da América Latina como também a irresponsabilidade do seu povo quanto a isso.

Figura 5 – Imagem da bandeira chilena sendo homenageada



Fonte: BBC (2023).

Nas análises realizadas, foi visto que em nenhuma das matérias houve a prioridade de retratar com detalhes, veridicamente, a história chilena e a comemoração por conseguirem se libertar do período antidemocrático, além de não terem retratado as tentativas de reformas políticas pela sociedade e os avanços que conquistaram. Uma divulgação rasa e, quando mais aprofundada, voltada para

ressaltar o estereótipo da “sempre presente” instabilidade latino-americana e irresponsabilidade do povo latino. Claramente, demonstraram como a Europa participou do período em tentativas de restaurar a democracia e também em como os europeus são contrários a tudo que a América Latina representa politicamente.

3.2 CASO 2 – ELEIÇÕES NA ARGENTINA

As eleições na Argentina de 2023 se destacam por sua complexidade, polarização e implicações econômicas significativas. O contexto econômico, com propostas de dolarização da economia, é central. Alimentando a polarização argentina, Javier Milei⁵¹ representa o agente de mudança radical e Sergio Massa⁵² como alternativa moderada. Além disso, as eleições destacam mudanças nas alianças políticas, simbolizando o desejo de renovação, mas também evidenciando contradições. Esse panorama complexo reflete a difícil escolha que os eleitores argentinos enfrentam, afetando o futuro político e econômico do país e do mundo, sendo descrita essa mesma situação, mas de diferentes maneiras por cada jornal europeu.

Nos periódicos analisados, todos acentuam as preocupações econômicas dos argentinos e as consequências disso, ressaltando a alta inflação e a crescente pobreza do país. Geram desesperança na opinião pública, bem como a insatisfação com a classe política tradicional e a preferência por candidatos “de rutura.”

As matérias escolhidas foram:

- Portugal: *Diário de notícias* – “Desesperança’ argentina empurra eleitores para o candidato da rutura”
- Espanha: *El País* – “Argentina: todo roto”
- Itália: *La Repubblica* – “Argentina, Sergio “pancake” Massa: ecco chi è il peronista moderato che ha fermato l’onda dell’ultradestra di Milei”
- Reino Unido : BBC – “Argentina presidential election: Javier Milei and Sergio Massa head for run-off vote”

⁵¹ Javier Gerardo Milei é um economista, escritor e personalidade política argentina. Ele nasceu em 22 de outubro de 1971, em Buenos Aires. Milei ganhou destaque principalmente por suas opiniões econômicas liberais e sua participação ativa no cenário político e midiático na Argentina.

⁵² Sergio Massa, nascido em 28 de abril de 1972 em San Martín, Buenos Aires, Argentina, é um proeminente político argentino com uma carreira diversificada. Formado em Ciências Econômicas pela Universidade Nacional de San Martín, iniciou sua trajetória política nos anos 1990, assumindo posições na administração pública de Tigre, cidade na província de Buenos Aires.

No *Diário de Notícias*, de Portugal, ressalta-se, com esta palavra, a "desesperança" entre os argentinos devido à inflação e à pobreza crescente. O diário não deixa de relatar os problemas econômicos do país e os fracassos do atual governo. Durante o texto, mostra a oposição entre os dois candidatos e como isso implica na hiperinflação da Argentina. Na imagem trazida pelo *Diário de Notícias*, o candidato Milei é apresentado com expressão de descontentamento frente ao candidato Massa, demonstrando a consequência da situação econômica Argentina e reafirmando a oposição entre eles. A candidata Patricia Bullrich⁵³, da imagem central, pouco é comentada, o que impulsiona ao leitor um certo descaso às suas propostas e ressalta a polarização que persiste na Argentina entre os dois candidatos.

Figura 6 – Candidatos argentinos



Fonte: Diário de Notícias (2023).

⁵³ Patricia Bullrich, nascida em 11 de maio de 1956 em Buenos Aires, Argentina, é uma política argentina com uma extensa carreira no cenário político do país. Graduada em Ciências Políticas e Relações Internacionais, iniciou sua trajetória política no movimento estudantil durante a década de 1970.

Figura 7 – *Diário de Notícias*, Portugal

Fonte: *Diário de Notícias* (2023).

No *El País*, da Espanha, o tom da notícia é mais crítico e reflexivo, com um toque de ironia. Ele destaca contradições nas alianças políticas. Menciona o lema de Javier Milei, "que se vayan todos," que expressa a indignação contra a classe política argentina, e observa as frustrações daqueles que apoiavam Milei por sua postura antissistema ao vê-lo aliar-se a políticos anteriormente criticados.

Com sua análise mais crítica a governos latino-americanos, o *El País* reforça a fragmentação e a desinteligência política da América Latina e como o radicalismo vem sendo presente e preferido em governos da região. Com isso, a imagem trazida estabelece Massa como apreensivo, demonstrando apreensão pela possibilidade do radicalismo ter mais espaço na América Latina, em oposição a Milei, com feição de tranquilidade.

Figura 8 – Massa e Milei na perspectiva de *El País*

Fonte: *El País* (2023).

Figura 9 – *El País*, Espanha

Fonte: *El País* (2023).

Já o Jornal *La Repubblica*, da Itália, mostra de forma implícita como o último governo argentino foi um fracasso e como isso é recorrente não apenas no país, como no continente. Com isso, apresenta Sergio Massa como a alternativa do país, sendo um "peronista moderado" que enfrentou a ultradireita representada por Milei e ressalta sua capacidade de reunir apoio.

Também menciona as expectativas em relação ao fim do Kirchnerismo⁵⁴, criticado, analisando sua personalidade e as qualidades que o levaram ao sucesso

⁵⁴ O Kirchnerismo refere-se ao movimento político e às políticas associadas aos presidentes argentinos Néstor Kirchner (2003-2007) e sua esposa, Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

eleitoral. A fotografia de Massa é a única retratada na matéria, sem colocar uma imagem de Milei, evidenciando um certo apoio do jornal a Massa e demonstrando, de forma sutil, que gostaria de uma mudança na política argentina.

Figura 10 – Sergio Massa na perspectiva de *La Repubblica*



Fonte: La Repubblica (2023).

Figura 11 – Jornal *La Repubblica*, da Itália



Fonte: La Repubblica (2023).

Na BBC, do Reino Unido, a matéria sobre o tema descreve os resultados eleitorais como inesperados. O artigo destaca a surpresa em relação aos resultados das eleições e como Sergio Massa superou as expectativas, já que, para a Europa como um todo, a América Latina tende a eleger candidatos que apresentam instabilidade em suas falas e sejam mais radicais.

O contexto econômico da Argentina, com altas taxas de inflação, é um ponto-chave nesta matéria da BBC, observando as posturas opostas de Massa e Milei em relação a isso e a necessidade de reconciliar as divisões no país. As figuras exibidas

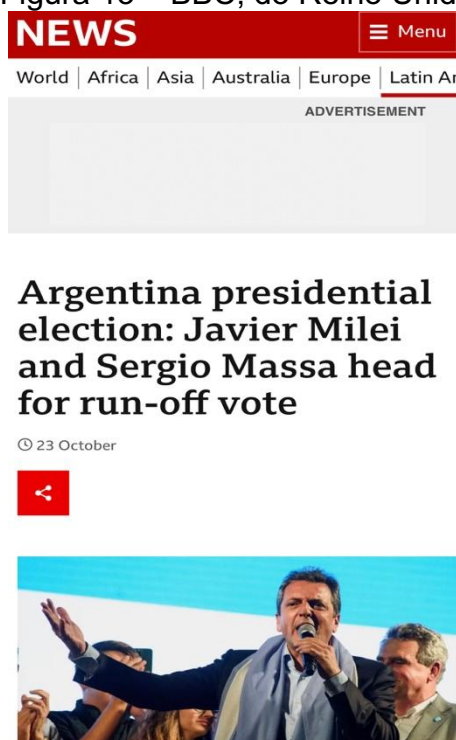
pelo veículo buscam estabelecer o contraste pela forma como os candidatos declaram seus discursos. E, assim como a *La Repubblica*, deixam a imagem de Massa como a principal da matéria, como superior a Milei.

Figura 12 – Massa e Milei na perspectiva da BBC



Fonte: BBC (2023).

Figura 13 – BBC, do Reino Unido



Fonte: BBC (2023).

Os quatro artigos analisam e, em certa medida, reforçam percepções ligadas à política argentina. O candidato Javier Milei emerge como o epítome do candidato antissistema, que busca desafiar a ordem estabelecida. Ele é retratado como alguém que vocaliza a insatisfação generalizada do eleitorado argentino com a classe política tradicional, que, a seus olhos, é responsável pela prolongada crise econômica no país. Milei, um economista "libertário", é frequentemente associado a ideias radicais, como a dolarização da economia e o fim do Banco Central da Argentina. Estas características, alimentadas pelas promessas ousadas de Milei, moldam não apenas a imagem de Milei como reforçam que o mesmo é a personificação de um dos estereótipos que a Europa tem sobre a política latina.

Em contraste, Sergio Massa é retratado como um "peronista moderado". A ênfase recai na sua tentativa de apresentar uma alternativa ao kirchnerismo, uma ideologia frequentemente associada à esquerda radical e ao populismo, estereótipo também já muito presente na América Latina.

Essas padronizações de abordagem nos textos têm um impacto significativo na formação da opinião pública, reforçando como a Europa já pensava sobre a instabilidade política do continente e como segue influenciando a maneira como continuarão pensando sobre polarização, pobreza e populismo latino-americano.

3.3 CASO 3 - 8 DE JANEIRO (TENTATIVA DE GOLPE NO BRASIL)

Em 8 de janeiro de 2023 ocorreu uma tentativa de golpe no Brasil que envolveu milhares de partidários do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro⁵⁵. Os manifestantes, que acreditavam que as eleições presidenciais de outubro de 2022 haviam sido fraudadas, invadiram o Congresso Nacional, o Supremo Tribunal Federal e o Palácio do Planalto em Brasília. Isso aconteceu uma semana após a posse do presidente recém-eleito, Luiz Inácio Lula da Silva⁵⁶.

As matérias selecionadas para serem analisadas no caso foram:

- Portugal: *Diário de notícias* – “Invasões em Brasília serão investigadas no Congresso”
- Espanha: *El País* – “Miles de partidarios de Bolsonaro asaltan el Congreso, la Presidencia y el Supremo de Brasil”
- Itália: *La Repubblica* - Brasile, ministro della Giustizia: "Circa 1500 arresti". Bolsonaro in ospedale negli Usa. Biden invita Lula a Washington: "Sostegno incrollabile"
- Reino Unido : BBC – “Brazil Congress storming: How did we get here?”

No *Diário de Notícias*, de Portugal, o tom da matéria é de preocupação, dando ênfase nas teorias conspiratórias que circulam nas redes sociais, mas também na necessidade de responsabilização dos envolvidos e sugere que o governo e a oposição estão usando a situação para fortalecer suas posições políticas. Além disso, o diário utiliza fortes adjetivos para tratar dos brasileiros ali presentes, como “vândalos”. A imagem principal do jornal é uma que mostra tais “vândalos”, como mencionado por ele, entrando no Congresso com as cores e bandeiras do Brasil, o que destaca para o público que os autores do ocorrido são brasileiros e que sentem orgulho em fazê-lo para manter a “estabilidade” da política do país, com radicalismo e golpes.

⁵⁵ Jair Messias Bolsonaro, nascido em 21 de março de 1955, em Glicério, São Paulo, é um militar da reserva e político brasileiro. Sua carreira política começou em 1988, quando foi eleito vereador no Rio de Janeiro pelo Partido Democrata Cristão (PDC). Bolsonaro passou por diferentes partidos ao longo dos anos, filiando-se ao Partido Progressista (PP), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e, finalmente, ao Partido Social Liberal (PSL), com o qual concorreu e venceu a presidência em 2018.

⁵⁶ Luiz Inácio Lula da Silva, conhecido como Lula, nasceu em 27 de outubro de 1945, em Caetés, Município de Garanhuns, no Estado de Pernambuco, Brasil. Em 2002, após três tentativas frustradas, foi eleito Presidente do Brasil, iniciando seu primeiro mandato em 2003. Reelegeu-se em 2006, cumprindo dois mandatos consecutivos.

Figura 14 – O 8 de janeiro sob o olhar do *Diário de Notícias*, de Portugal



Fonte: Diário de Notícias (2023).

Figura 15 – *Diário de Notícias*, de Portugal



Fonte: Diário de Notícias (2023).

A notícia do *El País* trata com condenação o ocorrido. Destaca a invasão e a exigência de intervenção militar por parte de extremistas, abordando a invasão como uma ameaça à democracia e que essa não seria a primeira ameaça que o Brasil enfrentou, reforçando a imagem que o país e o continente têm na Europa:

instabilidade, fragilidade e radicalismo político. Também reproduz os termos como "fanáticos fascistas" e relata as acusações de que Bolsonaro, "o próprio presidente da época", encorajou os manifestantes, descrevendo que até mesmo o líder do país concorda com atos antidemocráticos. A matéria mostra o histórico da polarização política no Brasil, como isso contribuiu para a invasão e enfatiza a gravidade do ataque e a necessidade de punição. Assim como o *Diário de Notícias*, o *El País* coloca como imagem de capa a mesma dos brasileiros entrando, com orgulho, no Congresso.

A notícia da *La Repubblica* relata o número de prisões e a resposta das autoridades, destacando a detenção de manifestantes e a reação do presidente Lula. Esta mídia apresenta o histórico de acontecimentos que antecederam e sucederam o dia 8 de janeiro, reforçando como o país já vinha de um forte movimento para que isso acontecesse e como reagiu quando realmente aconteceu, mostrando que grande parte ainda seguia de acordo. Dentro desse histórico, apresenta a reação da Europa em relação a isso, como as autoridades e governantes eram contra ao que acontece no Brasil e na América Latina, que seguem instáveis politicamente. Com isso, *La Repubblica* reforça como se enxergam superiores e mais "avançados".

A imagem principal apresentada é a de um vídeo de um jornalista italiano que analisa o dia 8 de janeiro e compara o populismo europeu com o populismo italiano. "O populismo na Europa, que também temos não usa a violência, o deles sim". Essa frase reproduz um dos mais fortes estereótipos não só do Brasil, como de toda a América latina: a violência.

Figura 16 – *La Repubblica*, da Itália, e o 8 de janeiro



Fonte: La Repubblica (2023).

O tom da notícia da BBC é mais analítico, explorando as razões por detrás da invasão. A notícia explora a divisão política no Brasil e destaca como a invasão é uma manifestação desse descontentamento. No título da matéria se encontra uma pergunta: “Como chegamos a esse ponto?”, demonstrando a indignação do periódico e passando ao leitor o caos que se encontra no Brasil, análise também feita pela imagem, a qual são de brasileiros que invadiram o Congresso durante a reação da polícia com gases para impedir a continuação dos atos. Disso, além da imagem de desgaste das pessoas, a bandeira brasileira está rasgada, fato que demonstra a destruição no país.

Uma padronização notável que permeia todas as notícias sobre a invasão do Congresso brasileiro é o "extremismo político". Nesses relatos, os manifestantes envolvidos na invasão são retratados como radicais fanáticos que desafiam a ordem democrática. Isso ressalta a preocupação com o aumento de grupos radicais no Brasil e suas consequências para a estabilidade do sistema democrático mundial.

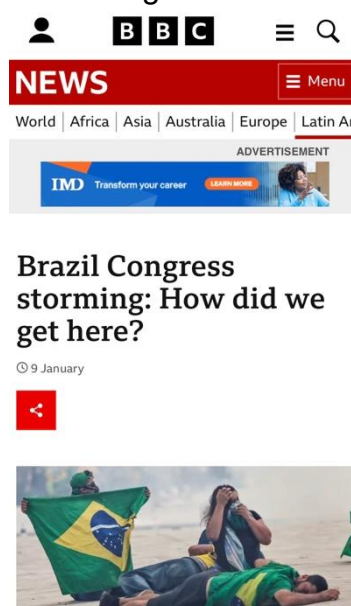
Outro conteúdo predominante é a "polarização política". Todas as notícias mencionam a polarização política no Brasil como um estereótipo do país há anos, comparando os discursos de Lula e Bolsonaro. Essas comparações feitas pelos jornais repassam a imagem de que os discursos políticos não apenas moldam a opinião dos eleitores na América Latina, mas que são como uma força motriz por trás da crescente tensão e dos eventos disruptivos latino-americanos.

Figura 17 – O extremismo político nas lentes da BBC



Fonte: BBC (2023).

Figura 18 – “Como chegamos a esse ponto?”



Fonte: BBC (2023).

Com isso, nota-se que, apesar de implícita, a exposição da América Latina na mídia europeia é voltada para si. Os casos acima, por exemplo, foram explorados nos jornais com o intuito de mostrar no que isso pode implicar na Europa ou também em como ela se posiciona sobre isso, para reafirmar que o “Velho Continente” segue à frente de suas antigas colônias, que na América Latina permanecem o caos, a violência, a instabilidade, a pobreza, as mesmas características que, segundo eles, encontraram aqui quando chegaram as navegações.

Quando trazem apenas o contexto de inflação da Argentina, ou expõem rasamente a situação no Chile, mas enaltecem como são contrários a tudo isso e como são diferentes dessa região, pode-se comprovar o eurocentrismo que segue presente na imprensa europeia e como isso impacta na formação de estereótipos de latino-americanos e de toda a América Latina, além de reafirmarem o dualismo do civilizado e não civilizado.

A mídia, ocupando uma posição privilegiada, consegue criar realidades fragmentadas, ou aquela realidade que gostaria que seu público visse, e impõe imagens que são estabelecidas e institucionalizadas como verdades para a sociedade, promovendo interpretações hegemônicas na maior parte do tempo. Isso

faz parte de uma construção social da realidade, produzida pela mídia, como afirma o Prof. Dr. Rodrigo Browne⁵⁷ e a Prof. Dra. Constanza Yañez⁵⁸, que auxiliam na análise:

A construção social da realidade traz consigo ideologias dominantes como armas para interesses sociais e econômicos, intervindo em toda a esfera sociocultural e, inevitavelmente, nas relações comunicativas [...] podemos ver que os estereótipos e preconceitos são promovidos a fim de impulsionar a institucionalização de uma identidade e de uma alteridade (Browne; Yañez, 2012, p. 177).

Além disso, afirmam como um estudo crítico é capaz de desvendar e revelar certas estratégias da mídia em relação à alteridade, já que muitas das distorções reproduzidas pelos discursos jornalísticos são apresentadas de forma sutil e implícita.

⁵⁷ Doutor em Comunicação Audiovisual pela Universidade de Sevilha (Espanha). Atualmente, é docente do Instituto de Comunicação Social da Universidade Austral de Chile.

⁵⁸ Acadêmica da Faculdade de Ciências Humanas, UCN. Graduada em Comunicação Social, Jornalista, Mestre em Comunicação. Doutorado em Ciências Humanas, menção em Discurso e Cultura, Universidade Austral do Chile.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica evidente que a relação entre colonizador e colonizado, entre Europa e América Latina, transcende os aspectos geopolíticos e territoriais, estendendo-se à esfera da informação e da mídia, ponto de vista principal desta pesquisa. Ao estudar o surgimento e o funcionamento das mídias no contexto histórico analisado, percebeu-se que o princípio da "imprensa" se deu em conjunto com o poder e interesses políticos e econômicos, impulsionados pelo período colonial, gerando reflexos duradouros na forma como a América Latina era retratada e entendida na Europa. Nesse sentido, a difusão de notícias desempenhou um papel fundamental na formação de estereótipos sobre a região, perpetuando imagens distorcidas e discriminatórias, as quais foram moldadas pelos primeiros europeus que aqui pisaram.

Foi também notável durante a pesquisa a evidência da monopolização da mídia nos dias atuais, que acaba ditando os conflitos de acordo com seus interesses, da mesma forma que se fazia nos primórdios das agências internacionais, quando propagavam as novas descobertas do Novo Mundo. Apresentando uma perspectiva completamente ocidental, a mídia influencia a narrativa e molda a percepção da audiência, criando conceitos enganosos e estereótipos sobre povos e assuntos. Infelizmente, a notícia e a informação são tratadas como mercadorias negociáveis pelos grandes grupos de mídia, problemática essa que afeta a relação entre a América Latina e a Europa.

É importante destacar que esses estereótipos são reproduzidos tanto pela mídia europeia quanto pela latino-americana, influenciando negativamente as relações comerciais da América Latina com o resto do mundo. Em nosso estudo, abordamos a relação midiática entre a Europa e a América Latina, o que se sabia no período medieval até a colonização e a criação dos estereótipos sobre o continente. Também exploramos o desenvolvimento das agências internacionais de notícias e como as descobertas na América influenciaram a visão que essas agências apresentam ao mundo. Além disso, analisamos os conglomerados midiáticos atuais e como são controlados pelas principais agências internacionais, explicando a padronização da mídia europeia ao divulgar temas latino-americanos de forma simplificada e estereotipada, os quais foram analisados qualitativamente e comprovado que a exposição da região na mídia europeia é sutilmente centrada em

si, embora de forma implícita, e sempre persistindo nos simples e mesmos estereótipos que todo um mundo reproduz sobre a América Latina: a corrupção, a violência, a instabilidade e fragilidades da região e seu povo.

Com isso, percebe-se, na verdade, que não há um fim predeterminado para esta pesquisa. Em um mundo utópico, diríamos "para que seja promovida uma reflexão crítica sobre as narrativas midiáticas, é preciso que se busque uma abordagem mais equilibrada e justa na disseminação de informações entre esses dois continentes e que, somente assim, poderemos superar as barreiras e preconceitos estabelecidos no passado e construir uma relação mais justa e igualitária entre Europa e América Latina".

No entanto, sendo essa uma irrealidade, a proposta desta pesquisa foi de comprovar que a identidade reproduzida sobre o povo latino-americano até os dias de hoje não passa do fruto da perspectiva do primeiro europeu que pisou no continente e que, por meio da imprensa, foi difundida e se tornou uma "verdade absoluta".

Que este tema retratado aqui, não necessariamente esta pesquisa, possa ser assunto de discussões não apenas de estudiosos ou interessados, e quem sabe um dia abordado e debatido entre as novas gerações europeias e latino-americanas desde cedo – mas seguimos com isso sendo uma ideia utópica.

REFERÊNCIAS

Bibliográficas:

ABBEVILLE, Claude. **Histoire de la mission des pères capucins en l'isle de Marignan et terres circonvoisines**. Cidade: Ed., 1614.

AGUIAR, Pedro. **Agências de Notícias do Sul Global: jornalismo, Estado e circulação da informação nas periferias do sistema-mundo**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

AGUIAR, Pedro. Breve História das Agências de Notícias Estrangeiras no Brasil. GT História do Jornalismo. *In: Encontro Regional Sudeste de História da Mídia*, 6., 2020, Niterói. **Anais [...]** Niterói: UFF, 2020.

AGUIAR, Pedro. Mapeamento de Agências de Notícias: localização de correspondentes e escritórios das principais empresas do setor. *In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 40., 2017, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UERJ, 2017.

ARGENTINA presidential election: Javier Milei and Sergio Massa head for run-off vote. **BBC News**, 23 out. 2023.

BOORSTIN, Daniel J. **Los descubridores**. Barcelona: Editorial Crítica, 2006

BROWNE, Rodrigo Sartori; DUAMANTE, Constanza Yáñez. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL MEDIADA: CONSTRUCCIÓN DE REALIDAD A TRAVÉS DE UN ANÁLISIS CRÍTICO Y COMPLEJO DE LOS DISCURSOS PERIODÍSTICOS ENTRE CHILE Y PERÚ. **Alpha (osorno)**, n. 34, p. 173–196, 1 jul. 2012.

BROWNE, Rodrigo; YÁÑEZ DUAMANTE, Constanza; PALACIOS ROZAS, Javiera. Análisis Crítico y Complejo de los discursos periodísticos verbosuales entre Bolivia y Chile en el contexto de la demanda por la soberanía marítima boliviana. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, n. 22, p. 209–224, 2016.

CABRERA, Daniel. **Imaginario social, comunicación e identidad colectiva**. 2004.

CHILE marks military coup as divisions continue. **BBC News**, 11 set. 2023.

COOPER, Kente. Barriers down; The story of the news agency epoch. **Kennikat Press; Facsimile**, 1970.

DOMINGUES, Ângela. Notícias do Brasil colonial a imprensa científica e política a serviço das elites, Portugal: Brasil: Inglaterra, **Varia hist.**, v. 22, p. 150–174, 2006.

FAHMY, Shahira. “Emerging or traditional news gates: which news sources were used to picture the 9/11 attack and Afghan war?” **International Communication Gazette**, Londres, v. 67, p. 381-398, 2005.

FILHO, João Freire; HERSCHMANN, Micael; PAIVA, Raquel. Rio de Janeiro: estereótipos e representações midiáticas. **E-Compós**, v. 1, 1 jan. 1970.

FONSECA, Thais Nívea de Lima. SERGE GRUZINSKI E AS DINÂMICAS CULTURAIS NA AMÉRICA COLONIAL. **CULTURA HISTÓRICA & PATRIMÔNIO**, v. 2, n. 1, p. 60–71, 31 dez. 2013.

FRÉZIER, Amédée François; HALLEY, E. **A Voyage to the South-sea, and Along the Coasts of Chili and Peru, in the Years 1712, 1713, and 1714**. London: Printed for Jonah Bowyer, 1717.

GÓES, Laércio Torres de. **Relatório McBride – 30 anos: concentração midiática, mídia alternativa e Internet**. Universidade Federal da Bahia.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1978.

GRUZINSKI, Serge. **A colonização do imaginário**. São Paulo: Ed. Schwarcz, 1998.

HERRING, Hubert Clinton; HERRING, Helen Baldwin. **A history of Latin America, from the beginnings to the presente**. New York: Knopf, 1968.

JEAN de Léry. **Histoire d'un voyage faict en la terre du Brésil**. France: Le Livre de Poche, 1994.

JIMÉNEZ, Pablo; RAMPAZZO, Lino. A bioética latino-americana: historicidade, atualidade e operacionalização do conceito. **Revista de Direito Brasileira**, v. 17, n. 7, p. 261, 26 set. 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling . **Fluxos informativos e culturais entre a América Latina e a Europa Ibérica Information and cultural flow between Latin America and Iberian Europe**. 1993. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/000867196.pdf>. Acesso em: 29 set. 2023.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. Lavergne: Greenbook Publications, 1922.

LUCKESI, Cipriano Carlos. **Avaliação da aprendizagem escolar**. São Paulo: Cortez, 1994.

MACBRIDE, Sean. **Many Voices, One World Towards a New, More Just, and More Efficient World Information and Communication Order**. THE MACBRIDE COMMISSION. 1980.

MARTIN, G. Narrative since 1920. In: BETHEL, L. (org.). **A Cultural History of Latin America: Literature, Music and Visual Arts in the 19th and 20th Century**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

MARTINS, Thays; BELISÁRIO, Kátia. Maria. A Representação da América Latina na mídia Brasileira: Análise de conteúdo das editoriais internacionais das revistas Veja e

Carta Capital – A Venezuela na mídia. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 7, p. 42402–42415, 2020.

MOLINA, Matias. **A história dos jornais no Brasil**. 2015.

MORSE, Richard M. The Multiverse of Latin American Identity, c. 1920-c. 1970. *In*: BETHEL, Leslie. **The Cambridge History of Latin America**, v. 10, p. 1-129. New York: Cambridge University Press, 1995.

MORSE, Richard M. **The Urban Development of Latin America, 1750-1920**. Edited by Richard M. Morse. Introductory and Concluding Chapters by Richard M. Morse and William P. McGreevey. Center for Latin American Studies. Palo Alto: Stanford University, 1971.

PELLEGATTI, Marcos Henrique Scarpin. **ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NA AMÉRICA LATINA: ANÁLISE DA COBERTURA DA FOLHA DE S. PAULO NO PERÍODO 2020-2021**. 2022.

POLO, Marco. **O livro das maravilhas: a descrição do mundo**. Porto Alegre: L&Pm, 1999.

QUEVEDO, Mariana. **Introdução aos Sistemas Internacionais de Comunicação**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social??) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

QUEVEDO, Mariana. **O PECADO DOS SISTEMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO**. Centro interdisciplinar de semiótica da cultura e da mídia. 2002.

RANGEL BATISTA, Roberta; BONOMO, Mariana. Social representations of immigration and immigrants in Spanish, Italian and Portuguese media. **Quaderns de Psicologia**, v. 19, n. 3, p. 211, 22 dez. 2017.

SALINAS, Raquel. **Agencias transnacionales de informacion y el tercer mundo**. Quito: Editorial the Quito times, 1984.

SERRANO, Pascual. **Desinformación Cómo los medios ocultan el mundo**. Barcelona: EDICIONES PENÍNSULA, 2009.

SILVA, Andrée Mansuy Diniz. Introdução. *In*: ANTONIL, André João. **Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, 2001.

SILVEIRA, Ana Cristina Machado da. A cobertura jornalística de fronteiriços e favelados -narrativas securitárias e imunização contra a diferença. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 75–92, 2012.

SOUTHEY, Robert. **The Life and Correspondence of Robert Southey**. New York: Wentworth Press, 2019.

THEVET, André. **Les Singularitez de la France antarctique, autrement nommée Amerique**: & de plusieurs terres & isles decouvertes de nostre temps. Chez les heritiers de Maurice de la Porte, au Clos Bruneau, à l'enseigne S. Claude, 1558.

TREVISAN, Amarildo Luiz; TOMAZETTI Elisete Medianeira (org.). **Cultura e alteridade**: Confluências. Ijuí: Ed. 2006.

Webgráficas

ARGENTINA, Sergio “pancake” Massa: ecco chi è il peronista moderato che ha fermato l’onda dell’ultradestra di Milei. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/10/23/news/sergio_massa_chi_e_elezioni_argentina-418569525/. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASILE, Lula: “Atti terroristici, vandalici, criminosi. Il Paese ha bisogno di normalità”. *Nyt*: “Bolsonaro è a Orlando in una casa affittata per un mese”. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/01/09/diretta/url_brasile_assalto_parlamento_bolsonaro_lula-382663250/. Acesso em: 30 out. 2023.

BRAZIL Congress storming: How did we get here? **BBC News**, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-64206220>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRAZIL Congress storming: How did we get here? **BBC News**, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-64206220>. Acesso em: 30 out. 2023.

CHILE: 50 anos após golpe militar, sociedade está desorientada, diz sociólogo. **BBC News Brasil**, 7 set. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cp3r4dyxzpgo>. Acesso em: 30 out. 2023.

CILE, il golpe dell’11 settembre 50 anni dopo: si temono scontri con l’estrema destra. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/09/10/news/cile_eventi_50_anni_golpe-413997776/. Acesso em: 30 out. 2023.

COSTA no Chile nos 50 anos do golpe que derrubou democracia de Allende. . **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/politica/costa-no-chile-nos-50-anos-do-golpe-que-derrubou-democracia-de-allende-16989623.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

“DESESPERANÇA” argentina empurra eleitores para o candidato da rutura. **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/desesperanca-argentina-empurra-eleitores-para-o-candidato-da-rutura-17208346.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

FERNÁNDEZ, Patricio. Argentina: todo roto. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/argentina/2023-10-30/argentina-todo-roto.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

GORTÁZAR, Naiara. Galarraga. Miles de partidarios de Bolsonaro asaltan el Congreso, la Presidencia y el Supremo de Brasil. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/internacional/2023-01-08/cientos-de-partidarios-de-bolsonaro-invaden-el-congreso-de-brasil.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

INVASÕES em Brasília serão investigadas no Congresso. **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/invasoes-em-brasilia-serao-investigadas-no-congresso-16262489.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

IPS: meio século de luta contra o subdesenvolvimento. **Opera Mundi**. Disponível em: <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/ips/51216/ips-meio-seculo-de-luta-contra-o-subdesenvolvimento>. Acesso em: 1 nov. 2023.

JUAN Laborda: Euro-BRICS, a oportunidade perdida da Europa. **Opera Mundi**. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/opiniaio/82637/euro-brics-a-oportunidade-perdida-da-europa>. Acesso em: 29 set. 2023.

LATOUCHE, Serge. Descolonização do imaginário. **Verbetes 16**. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/orghorizontal/wp-content/uploads/2022/09/descolonizacao.pdf>. Acesso em 29 set. 2023.

LIMA, T. O estereótipo latino. **Canal da Imprensa**. Disponível em: <https://canaldaimprensa.com.br/o-estereotipo-latino/>. Acesso em: 29 set. 2023.

MANCE, Euclides André. Sobre a Identidade Latino-Americana. Disponível em: <https://solidarius.net/mance/biblioteca/Identidade.htm>. Acesso em: 29 set. 2023.

MEDIOS de comunicación en crisis. **Le Monde diplomatique en español**. Disponível em: <https://mondiplo.com/medios-de-comunicacion-en-crisis>. Acesso em: 2 nov. 2023.

MONTES, Rocío. Crispado y sin consenso, Chile conmemora los 50 años del golpe de Estado de Pinochet. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/chile/2023-09-11/chile-conmemora-los-50-anos-del-golpe-de-estado-de-pinochet-en-un-clima-de-gran-polarizacion-politica.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

NAÇÕES UNIDAS. UNICEF. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>.

NEWS agency dominance in international news on the internet. Disponível em: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=vC92RtgAAAJ&citation_for_view=vC92RtgAAAJ:u-x6o8ySG0sC. Acesso em: 2 nov. 2023.

O'NEILL, Jim. ¿Significa algo un BRICS ampliado? **El País**. Disponível em: https://elpais.com/economia/negocios/2023-09-24/significa-algo-un-brics-ampliado.html?rel=buscador_noticias. Acesso em: 29 set. 2023.

PELLEGATTI, Marcos Henrique Scarpin. **ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NA AMÉRICA LATINA: ANÁLISE DA COBERTURA DA FOLHA DE S. PAULO NO PERÍODO 2020-2021**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Departamento de Ciências da Comunicação, Universidade Federal De

Santa Maria, Frederico Westphalen, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/28045/Pellegatti_Marcos_Henrique_Scarpin_2022_TCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 set. 2023.

POR QUE Europa agora tem pressa para se reaproximar de Brasil e América Latina. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/07/17/por-que-europa-agora-tem-pressa-para-se-reaproximar-de-brasil-e-america-latina.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2023.

SOUZA, Renato. Vini Jr.: O racismo atual na Europa é servido no prato da xenofobia. **Brasil de Fato**. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/05/24/vini-jr-o-racismo-atual-na-europa-e-servido-no-prato-da-xenofobia>. Acesso em: 29 set. 2023.

TRANSFORMAR negros em commodity resulta em racismo. **Open Democracy**. Disponível em: <https://www.opendemocracy.net/pt/jogador-brasileiro-commodity-europa-resultado-racismo/>. Acesso em: 29 set. 2023.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULTAD DE FILOSOFÍA, COMUNICACIÓN, LETRAS Y ARTE - FAFICLA
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
CURSO DE PERIODISMO

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DE LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS DE AMÉRICA LATINA EN EUROPA:
un abordaje sobre la formación de estereotipos**

SÃO PAULO
2023

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DE LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS DE AMÉRICA LATINA EN EUROPA:
un abordaje sobre la formación de estereotipos**

Trabajo de Finalización de Curso
presentado en la Pontificia Universidad
Católica de São Paulo (PUC-SP), como
requisito parcial para la obtención del
título de Licenciatura en
Periodismo. Supervisor: Prof. Dr. Milton
Pelegri

SÃO PAULO

2023

MARIA SOFIA AGUIAR DE OLIVEIRA

**IMPACTOS DE LA DIFUSIÓN DE NOTICIAS DE AMÉRICA LATINA EN EUROPA:
un abordaje sobre la formación de estereotipos**

Trabajo de Finalización de Curso presentado a la Pontificia Universidad Católica de São Paulo (PUC-SP), como parte de los requisitos de Graduación en el curso de Licenciatura en Periodismo, para obtener el título de Licenciado en Periodismo.

Aprobado en ____ de _____ de 2023

JUNTA EXAMINADORA

Prof. Dr. Mauro Luiz Peron
Pontificia Universidad Católica de São Paulo

Prof. Dr. Milton Pelegrini
Presidente de la Junta Examinadora
Pontificia Universidad Católica de São Paulo

Prof. Dr. Rodrigo Browne-Sartori
Universidad Austral de Chile

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a los amores de mi vida.

A mi padre, que hace realidad todos mis sueños, sin excepción y todavía los hace como si fueran suyos.

A mi madre, la primera persona a quien le dije que estudiaría Periodismo y quien siempre me incentivó, incondicionalmente, en todas mis decisiones académicas, profesionales y personales.

A mi hermana, que me hace querer compartir nuestros sueños y vivirlos siempre juntas.

Y, por supuesto, Lola, por aportar ternura a toda mi trayectoria.

Maria Sofia Aguiar de Oliveira

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi padre y a mi madre por estar siempre presentes y apoyarme en el desarrollo de mi TCC, sin ellos seguramente hubiera sido mucho más difícil. A mi hermana por dejar todo más leve y divertido.

Agradezco inmensamente al profesor Milton Pelegrini por siempre aclarar mis ideas y brindarme la mejor orientación para realizar este trabajo.

A la PUC-SP, que me brindó la mejor experiencia de mi vida: mi intercambio a Santiago de Compostela, España, en 2022, donde tuve mi primer insight al respecto de este trabajo que, en el futuro, sería el estudio que aquí se presenta.

RESUMEN

El flujo de información de América Latina a Europa a través de representaciones mediáticas, a menudo basadas en estereotipos simplificados y exóticos, conduce a la formación de percepciones distorsionadas y generalizaciones, a menudo negativas, sobre la región y su gente. Este proyecto tiene como objetivo investigar el flujo de información desde América Latina hacia Europa y su relación con los estereotipos sobre los latinos presentes en la producción editorial periodística europea. Desde el surgimiento y funcionamiento de la cobertura mediática durante la colonización de América Latina, se ha realizado un análisis que combina métodos cualitativos y cuantitativos que demuestra la existencia de patrones de tratamiento prejuicioso de los contenidos periodísticos en los medios. Se trata de una investigación documental sobre la cobertura mediática de América Latina en Europa, identificando patrones de representación, estereotipos y sesgos preconcebidos en las narrativas periodísticas. Con esto esperamos lograr una comprensión del carácter político-cultural, casi siempre colonialista, del flujo de información de América Latina hacia Europa.

Palabras clave: América Latina; Europa; prensa; Estereotipos.

ABSTRACT

The flow of information from Latin America to Europe through media representations, often based on simplified and exotic stereotypes, leads to the formation of distorted perceptions and generalizations, often negative about the region and its people. The aim of this project is to investigate the flow of information from Latin America to Europe and its relationship with stereotypes about Latinos present in European journalistic editorial production. Since the emergence and functioning of media coverage during the colonization of Latin America, there has been an analysis combining qualitative and quantitative methods that prove the existence of patterns of prejudiced treatment of journalistic content in the media. This is documentary research into media coverage of Latin America in Europe, identifying patterns of representation, stereotypes and preconceived biases in journalistic narratives. In doing so, it is hoped to gain an understanding of the political and cultural nature, almost always colonialist, of the flow of information from Latin America to Europe.

Keywords: Latin America; Europe; Press; Stereotypes.

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 - Foto del Primer Ministro portugués.....	60
Figura 2 - Diário de Notícias, Portugal.....	61
Figura 3 - Las numerosas víctimas del golpe.....	62
Figura 4 - El País, España.....	62
Figura 5 - Imagen de la bandera chilena recibiendo honores.....	63
Figura 6 - Candidatos argentinos.....	65
Figura 7 - Diário de Notícias, Portugal.....	66
Figura 8 - Massa y Milei desde la perspectiva de El País.....	67
Figura 9 - El País, España.....	67
Figura 10 - Sergio Massa desde la perspectiva de La Repubblica.....	68
Figura 11 - Diario La Repubblica, Italia.....	68
Figura 12 - Massa y Milei desde la perspectiva de la BBC.....	69
Figura 13 - BBC, Reino Unido.....	70
Figura 14 - El 8 de enero desde la perspectiva del Diário de Notícias, de Portugal..	72
Figura 15 - Diário de Notícias, de Portugal.....	72
Figura 16 - La Repubblica de Italia y el 8 de enero.....	74
Figura 17 - El extremismo político a través de la BBC.....	75
Figura 18 - "¿Cómo hemos llegado a este punto?".....	75

SUMÁRIO

INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZACIÓN Y PROBLEMATIZACIÓN.....	13
1.1 EL SURGIMIENTO DE CANALES DE TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN DE AMÉRICA LATINA PARA EUROPA EN EL PERÍODO COLONIAL.....	13
1.2 LAS VISIONES DEL "NUEVO MUNDO"	18
1.3 LAS AGENCIAS DE NOTICIAS INTERNACIONALES INCORPORADAS EN AMÉRICA LATINA.....	22
1.3.1 Un breve panorama sobre primeras agencias internacionales de la historia	22
1.3.2 Agencias de noticias, sus operaciones y divisiones por el mundo	28
1.3.3 Inter Presse Service (IPS) Tercer Mundo.....	30
1.4 LA CREACIÓN DE MERCADOS INFORMATIVOS Y LAS ZONAS DE INTERÉS CREADAS POR LAS AGENCIAS INTERNACIONALES.....	322
1.5 COLONIZACIÓN MEDIÁTICA.....	33
CAPÍTULO 2: LA COBERTURA MEDIÁTICA DE AMÉRICA LATINA EN EUROPA Y LA INFLUENCIA EN LA CREACIÓN DE ESTEREOTIPOS Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES CULTURALES.....	37
2.1 LA NUEVA ORDEN MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN: EL INFORME MCBRIDE.....	37
2.1.1 Un breve panorama sobre la creación del documento	37
2.1.2 La concentración mediática y los nichos de mercados globales.....	39
2.1.3 La influencia del ciberespacio en la concentración mediática	40
2.2 LA "CENSURA INVISIBLE"	43
2.2.1 La noticia y la información como mercadería negociable	43
2.2.2 El silenciamento de América Latina	43
2.3 LOS ESTEREOTIPOS LATINO AMERICANOS DICTADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	48
2.3.1 La (des)colonización del imaginario	48
2.3.2 Alteridad e Identidad	50
2.3.3 Patrones de representación en la cobertura y visión europea y reproducción de los medios latinoamericana.....	53
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS CUALITATIVOS DE LOS MEDIOS EUROPEOS: 3 CASOS.....	59
3.1 CASO 1 – 50 AÑO DEL GOLPE DE CHILE.....	59
3.2 CASO 2 – ELEICCIONES EN ARGENTINA	64

3.3	CASO 3 - 8 DE ENERO (INTENTO DE GOLPE EN BRASIL)	Erro! Indicador não definido.
4	CONSIDERACIONES FINALES	77
	REFERENCIAS	79

1 INTRODUCCIÓN

La relación entre colonizador y colonizado, dentro del período y contexto histórico de Europa y América Latina, va mucho más allá de las cuestiones geopolíticas y territoriales. Y no acabó con la independencia lograda por cada país.

Al estudiar el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación y el flujo de información desde la ruta de grandes navegaciones y descubrimientos, se observa que, desde entonces, lo que sería el inicio de una "prensa", fue diseñada en conjunto con políticos y poder económico, estableciendo, desde entonces, el inicio de la comercialización de la información – que operaba (y aún opera) de acuerdo con los intereses de los países colonizadores en las regiones/países colonizados.

Un ejemplo de ello es la famosa Carta de Pero Vaz de Caminha, fechada en 1500, que puede considerarse un hito histórico en la comprensión de la relación entre Europa y América. Este documento, el primero de su tipo, presenta la visión de los europeos sobre los sudamericanos y el Nuevo Mundo. La carta describe las primeras impresiones de los portugueses cuando desembarcaron en tierras desconocidas, estableciendo así un nuevo panorama histórico.

Desde entonces, estas primeras descripciones europeas de los latinoamericanos se han convertido en estereotipos que han dado forma a la imagen de América Latina. Estos estereotipos se difundieron por toda Europa a través de informes, cartas y libros de marineros. A medida que crecía entre curiosos y no curiosos del Viejo Continente el interés por recopilar, sintetizar y difundir información sobre nuevos descubrimientos, surgieron lo que se convertirían en agencias de noticias internacionales, encargadas de difundir lo que se sabía sobre el Nuevo Mundo.

Con el surgimiento, crecimiento y avance de agencias y conglomerados mediáticos, creados y siempre provenientes de Occidente, la monopolización de los medios se hizo evidente, dejando claro (a los expertos) que los conflictos son dictados desde la lógica occidental, dividiendo a los gobiernos en buenos y malos, según sus intereses y tratando de anclar los principios del status quo dominante.

Cuando los conflictos y acontecimientos alrededor del mundo son interpretados y transmitidos a través de esta perspectiva occidental, la narrativa se ve influenciada y la percepción de la audiencia se moldea, creando así conceptos, definiciones engañosas y estereotipos sobre una determinada persona o tema, ya

que es rentable y en Occidente. interés para que la población siga pensando como ellos.

No sorprende, por tanto, que hoy en día los grandes grupos mediáticos traten las noticias y la información como mercancías comercializables. Bajo una visión orientada al lucro, estas empresas muchas veces priorizan la maximización de sus beneficios en detrimento de su responsabilidad social en la difusión de información precisa e imparcial. Después de todo, es cada vez más común presenciar casos en los que se cuestiona la veracidad de los hechos, el sesgo es evidente y la manipulación de la información se utiliza como herramienta política o comercial.

Desde esta perspectiva, el flujo de información desde América Latina hacia Europa a través de estas representaciones mediáticas comerciales, origina, desde el inicio de esta relación entre los continentes, percepciones erróneas, distorsionadas, estandarizadas y triviales sobre la región, creando y basándose en estereotipos fundamentados. y aspectos exóticos de la gente y la cultura latinoamericanas.

Además, la investigación demuestra a lo largo de su desarrollo la reproducción de estos estereotipos de la cobertura mediática europea dentro de vehículos de la propia Europa y también de América Latina y destaca cómo esta cuestión sigue teniendo una fuerte influencia en las relaciones comerciales latinoamericanas con el resto del mundo.

Dentro del trabajo, en el primer capítulo, uno de los objetivos es explicar la relación entre Europa y América Latina, desde un punto de vista mediático. Para ello, se abarca desde las creencias y concepciones de los europeos antes de su navegación hasta su reacción cuando llegaron aquí para comenzar a colonizar, mostrando cómo los estereotipos del continente que aún hoy están presentes fueron creados por ellos en ese período. Aún en el primer capítulo, se aborda el período histórico de la creación de las agencias de noticias internacionales y cómo los descubrimientos en América influyeron en la visión que estas agencias presentarían al mundo. También se habla del desarrollo de los conglomerados mediáticos actuales y de cómo son movidos y controlados por las principales agencias internacionales del mundo, explicando por qué los medios europeos actuales presentan una estandarización para dar a conocer temas latinoamericanos que, en la gran mayoría de los casos, son simplificados y estereotipados.

En el segundo capítulo, se abordan más de cerca estos estereotipos en los medios europeos, profundizando en las “razones” por las que todavía se reproducen hoy en día. Durante esta parte del trabajo, queda claro que la prensa está impulsada por los intereses de “los que están a cargo” y cómo la información se ha convertido en una mercancía. Además, también es relatado sobre las reacciones del mundo cuando se dieron cuenta, después de mucho tiempo, de que todo lo que leen y hablan en los principales medios de comunicación está impulsado por puntos de vista occidentales. En este punto de la investigación se describen el Nuevo Orden Mundial de las Comunicaciones y el Informe McBride.

En el tercer y último capítulo del trabajo, se demuestra, a través de un análisis cualitativo de artículos de periódicos europeos, cómo se tratan temas de gran importancia en América Latina y dónde se encuentran y reproducen los estereotipos en las imágenes y textos de estos periódicos. resaltando así, la visión de superioridad que tienen los europeos en relación a los latinoamericanos.

CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZACIÓN Y PROBLEMATIZACIÓN

1.1 EL SURGIMIENTO DE CANALES DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN DE AMÉRICA LATINA A EUROPA EN EL PERÍODO COLONIAL¹

Autores contemporáneos como Helen y Hubert Herring en *A History of Latin America* y Richard Morse en *The Cambridge History of Latin America* relatan que el descubrimiento científico de América Latina por parte de los europeos, es decir, cuando se dieron cuenta de que el territorio latinoamericano se desarrollaría y podría influir, en cierto modo, en un crecimiento aún mayor en Europa, que se remonta a principios del siglo XIX. A partir de 1808, cuando se abrieron los puertos latinoamericanos a los ingleses y, en los años siguientes, a varios países europeos, se inició un viaje de descubrimiento de América. Este continente comenzó a revelarse ante los ojos curiosos de Europa, gracias a las historias contadas por viajeros franceses, alemanes, rusos e ingleses. El proceso de revelación de este nuevo mundo se desarrolló al amparo de audaces expediciones que recorrieron tierras desconocidas y fue ampliamente difundido por una prensa activa e incansable. Esta prensa jugó un papel muy importante en la difusión de narrativas y descubrimientos, enriqueciendo a Europa con la literatura que floreció a partir de estos extraordinarios viajes.

Sin embargo, es fundamental destacar que, durante el siglo XVIII, una élite dedicada a la causa de la ciencia y a los intereses de los estados europeos realizó un notable esfuerzo en la búsqueda de información sobre los territorios latinoamericanos. Este compromiso estaba relacionado con la necesidad de proteger la información estratégica, política, económica y militar, sujeta a un considerable control y censura europeos. Además, es importante resaltar que cualquier dato obtenido sobre esta región geográfica, ya sea en forma de texto, imagen, letra, objeto o elementos naturales, fue meticulosamente considerado, analizado, investigado y comparado con otros contextos. Es posible, de esta manera, analizar este proceso de recopilación de información sobre las colonias latinoamericanas a

¹ Es el período marcado por la dominación de los portugueses en territorio brasileño, que duró desde 1500 a 1822.

través de las noticias publicadas por una revista científica, la *Philosophical Transactions*, órgano oficial de la *Royal Society*².

(Londres), así como el papel desempeñado por diplomáticos, científicos, académicos y comerciantes residentes en Inglaterra en la construcción de la imagen de América Latina, antes de ese hito cronológico tradicionalmente señalado por la historiografía oficial como "el inicio de todos los cambios": 1808.

La revista *Philosophical Transactions*, editada por la prestigiosa *Royal Society británica*, representó un estudio meticuloso de una publicación oficial publicada por una influyente sociedad científica europea. Esto no sólo confirma el profundo interés que despiertan las colonias latinoamericanas, sino también la falta y manipulación de la información disponible sobre el tema, debido al control oficial. La revista era considerada la voz "oficial" de una selecta sociedad científica, desprovista de motivaciones económicas o utilitarias. Su propósito era ser pionero en la observación y experimentación científica relacionada con Inglaterra y el Imperio Colonial Inglés.

Con publicaciones que se remontan a 1665, la revista tenía como objetivo difundir y legitimar, ante una élite científica nacional y europea, los principios de rigor, civismo, metodología y objetividad que subyacen en el trabajo científico y experimental realizado por los colaboradores de la *Royal Society*. En este proceso, la *Royal Society* jugó un papel central como centro crítico de recopilación de información, sirviendo como epicentro de una red formada por individuos en diferentes partes del mundo, todos ellos interesados en las áreas de filosofía natural e historia natural.

Para evaluar el impacto de este periódico en la configuración de la percepción de América Latina entre la élite intelectual europea, es fundamental señalar que el número de artículos relacionados con la colonia americana, desde finales del siglo XVII hasta principios del XIX, fue notablemente escaso: sólo tres artículos sobre plantas medicinales brasileñas, otros tres exploraron informes de viajes con menciones a observaciones oceánicas a lo largo de la costa brasileña, seis memorandos discutieron experimentos con metales preciosos y hierro, mientras que sólo cuatro referencias se relacionaron con la historia natural y la producción de

² Es una sociedad científica y la academia nacional de ciencias del Reino Unido.

recursos naturales en las Américas (Domingues, 2006). En lo que respecta a la relación entre Portugal y Brasil, es importante destacar que las estrechas y duraderas relaciones diplomáticas y comerciales entre Inglaterra y Portugal explican la mayor contribución a lo largo del tiempo a la investigación. Los ingleses gozaban de una posición privilegiada para obtener información científica. acerca do Reino e das colônias portuguesas, permitindo, assim, uma colaboração significativa com a *Royal Society*.

En la época colonial brasileña, un ejemplo notable fue la élite cultural portuguesa y luso-brasileña que aprovecharon la libertad de prensa disponible en Inglaterra para difundir ideas y defender principios ideológicos que, en el propio Reino, estaban sujetos a censura. Estas acciones tenían como objetivo promover la "educación" y la "información" de las poblaciones en diversas esferas, incluidas la política, la cultura y la economía. Esta élite se organizó a través de publicaciones periódicas, estableciendo redes que permitieron una difusión más amplia de noticias e información. Estas redes estaban formadas por individuos que compartían programas ideológicos y aspiraciones políticas similares, destacando los intelectuales ilustrados ibéricos y latinoamericanos que residían en Londres. Esta colaboración permitió una circulación más efectiva de ideas, contribuyendo a la difusión de conocimientos y valores a nivel político, cultural y económico.

En el apogeo del "período de la Ilustración"³, una era de renovada percepción europea del Nuevo Mundo, cuando "filósofos naturalistas" como Adam Smith⁴ cuestionaron la credibilidad de los relatos de "soldados ignorantes" y "clérigos no calificados" que habían viajado y vivió en América en los siglos XVI y XVII, Europa, aún curiosa e interesada, siguió recurriendo a los escritos de autores de los siglos XVI y XVII, como Jean de Léry⁵ (autor de *Histoire d'un voyage faict en la tere du*

³ También conocido como Iluminismo, ocurrió en el siglo XVIII y estuvo marcado por un movimiento en el pensamiento europeo que generó una revolución en las artes, las ciencias, las costumbres, la doctrina jurídica y la teoría política.

⁴Adam Smith (1723-1790) Se le considera el teórico más importante del liberalismo económico del siglo XVIII. Su obra principal se titula "La riqueza de las naciones" y sirve de referencia para los economistas.

⁵ Jean de Léry (1534-1613) fue un pastor, Misionero protestante francés y miembro de la iglesia reformada de Ginebra durante la fase inicial de la Reforma calvinista.

Bresil, 1578), André Thévet⁶ (autor de *Les singulartités de la France Antarctique*, 1557, y *Cosmographie Universelle*, 1575), y Claude d'Abeville⁷ (autor de *Histoire de la mission des pères capucins en l'isle du Maragan et terres circonvoisines*, París, 1614)

Para entender a Brasil y a América Latina en su conjunto. Además, los sermones del jesuita Antônio Vieira⁸, por ejemplo, siguieron siendo referentes intelectuales imprescindibles en tierras sudamericanas, evidenciando una cosmovisión teológica en relación al Nuevo Mundo. En este contexto, Europa estaba en el proceso de revisar y redefinir su comprensión del Nuevo Mundo, sin dejar de depender de fuentes antiguas para alimentar su curiosidad sobre Brasil y América Latina en su conjunto.

Por lo tanto, durante un largo período, particularmente desde principios del siglo XVIII, la visión que Europa tenía en ese momento sobre sus colonias estuvo en gran medida influenciada por la falta de información actualizada. La indefinición de límites, tanto en el Río de la Plata, donde estaban involucrados los españoles, como al norte, con los franceses en Guyana, con los conflictos armados que, en determinados momentos, derivaron de estas tensiones fronterizas, generó preocupación. El temor a ataques militares a las principales ciudades costeras, las rebeliones internas que estallaron en lugares como Minas, Bahía y Pernambuco, muchas veces ligadas a cuestiones fiscales, y, sobre todo, el descubrimiento de oro en el interior del continente, dieron motivos más que suficientes para que la Corona mantuviera confidencial el conocimiento del territorio y los secretos relativos a su ocupación.

Estos secretos abarcaban información sobre geografía, acceso, riqueza mineral, potencial de desarrollo agrícola y ganadero, demografía, urbanización y recursos defensivos. Se sabía que la publicidad del descubrimiento de recursos

⁶ André Thévet (1516-1590) fue un fraile francés del siglo XVI, además de cosmógrafo y escritor. Participó en una expedición a Brasil en 1555 como miembro de la orden franciscana. Es conocido por sus reportajes sobre la flora, la fauna y los pueblos indígenas de Brasil.

⁷ Claude d'Abeville (1570-1632) fue un misionero jesuita francés que jugó un papel importante en el intento de conversión de los pueblos indígenas en Brasil durante el período colonial. Formó parte de la Compañía de Jesús, orden religiosa católica dedicada a la evangelización y la educación.

⁸ Antônio Vieira (1608-1697) fue un destacado sacerdote, escritor, orador y diplomático jesuita portugués conocido por sus notables habilidades retóricas y su trabajo como misionero en Brasil y su implicación en la política de la época.

preciosos aumentaba el interés extranjero en el territorio. Se temía que, incluso con la combinación de fuerzas marítimas, tropas bien entrenadas y milicias, esto no fuera suficiente para evitar una posible invasión planificada del territorio por parte de alguna potencia europea. En Brasil, la influencia de la corona portuguesa no se limitó sólo a medidas legales que limitaban la presencia y movilidad de extranjeros en el territorio, ni a la prohibición de que barcos de otras naciones europeas fondearan en puertos brasileños. Además, los portugueses adoptaron una postura de secretismo en relación con estos territorios, manteniendo manuscritos inéditos y restringiendo la difusión de textos ya publicados. Esto representó una elección política deliberada por parte de la corona portuguesa, y esta decisión queda clara en una copia de una consulta del Consejo Ultramarino⁹, fechada en 1711:

Parece que será de mucha utilidad al Real Servicio de Vuestra Majestad señalar que en lo sucesivo no pueden imprimir ningún libro que trate cosas relativas a las Conquistas sin tener, con la mayor autorización, también la de esta Corte, porque en ella como la mayor instruida en sus particularidades y quien tiene la obligación de velar y advertir lo que sea mejor para su conservación y aumento si pueden tener mayor conocimiento de lo que conviene y difundir lo importante que no llega a las noticias de extranjeros. naciones (Silva, 2001, p.52).

El acceso a la información contenida en archivos públicos, como la Biblioteca Nacional y la Real Academia de Ciencias de Lisboa, estaba restringido a los extranjeros que visitaban Portugal o formaban parte del cuerpo diplomático acreditado. Un ejemplo esclarecedor de esta limitación es el relato del inglés Robert Southey¹⁰, que visitó Portugal en 1796, 1800 y 1801: “[...] No hace falta decir qué secreto tan absurdo ocultan al mundo toda la información sobre ese país: se dice que la población de Brasil es el doble que la de la 'madre patria', y ahora es dependiente” (Southey, 1850, p. 123).

Las medidas legales restrictivas y la censura limitaron durante mucho tiempo la información sobre Estados Unidos en Europa. Sin embargo, había un interés creciente en el continente americano. Se publicaron colecciones de relatos de viajes con el objetivo de informar sobre las tierras ibéricas de América del Sur, para ello se utilizó, siempre que fue posible, la observación directa y la tecnología avanzada. Los

⁹ El Consejo de Ultramar fue un organismo creado en Portugal en 1642, contribuyendo en los ámbitos financiero y administrativo, primero, en el África portuguesa y la India portuguesa y, posteriormente, en toda la Ultramar portuguesa, incluido Brasil.

¹⁰ Robert Southey (1774-1843) fue un historiador y poeta inglés que se dio a conocer en Brasil por su obra principal “Historia de Brasil”.

viajes de marineros, traficantes, piratas y corsarios se documentaron meticulosamente, lo que dio como resultado textos, ilustraciones y mapas que proporcionaron una visión más precisa de los puertos y los contornos costeros y al mismo tiempo promovieron las perspectivas europeas. Por ejemplo, el viaje de Amedée François Frezier¹¹, hidrógrafo francés, corrigió mapas de la costa brasileña y amplió el conocimiento sobre la isla de Santa Catarina y la Bahía de Todos os Santos. De esto, es posible comprender que las grandes navegaciones marcan de hecho un nuevo momento en la Historia en el que los hombres europeos ampliaron su cosmovisión y crearon una imagen estereotipada del Nuevo Mundo, considerando que los relatos todavía estaban impregnados de diversos valores religiosos cristianos imbuidos de la mitología medieval que estaban claramente vivos en la mente de aquellos marineros.

1.2 LAS VISIONES DEL "NUEVO MUNDO"

En los siglos XV y XVI, durante las grandes exploraciones marítimas, los europeos se toparon con un entorno en gran parte desconocido. El océano era un lugar caracterizado por la imprevisibilidad, donde los navegantes se enfrentaban a la incertidumbre de lo que podrían encontrar en su viaje. Financiados por coronas europeas, estos exploradores emprendieron sus viajes en busca del mítico Eldorado, un lugar legendario que alimentaba las expectativas de un nuevo mundo lleno de riquezas inexploradas, casi como un paraíso terrenal.

La información disponible se basó en su mayor parte en relatos de otros navegantes, como el *Libro de las Maravillas* de Marco Polo¹², navegante italiano que describió la exuberancia y riqueza de varias civilizaciones orientales. Sin embargo, esta información a menudo estaba envuelta en mitos y supersticiones. Por ello, cuando se aventuraban en sus grandes viajes a través del océano, los navegantes no sólo se basaban en informes de viaje, sino que también llevaban consigo sus

¹¹ Amedée François Frezier (1682-1773) fue un ingeniero militar, explorador y cartógrafo francés. Fue enviado a Brasil en 1712 en misión secreta con el objetivo de estudiar las fortificaciones de defensa de Chile y Perú y a lo largo de su estancia acabó corrigiendo algunos errores cartográficos e hidrográficos en Brasil.

¹² Marco Polo fue un comerciante y explorador veneciano del siglo XIII conocido por sus viajes por Asia. La obra principal que detalla sus experiencias es *El Libro de las Maravillas* (también conocido como *Il Milione* o *El Libro de Marco Polo*).

propias creencias y mitos, que habían impregnado su pensamiento desde la Antigüedad¹³.

Con un fuerte aspecto medieval¹⁴, estos relatos se basaban en el pensamiento religioso cristiano alternando relatos que recordaban la búsqueda del paraíso perdido o el terrible descubrimiento del infierno. De esta manera, el deseo de lo nuevo y el miedo a lo desconocido trajeron una contradicción a los descubrimientos en el mar.

Esta visión maniquea de origen medieval no fue simplemente abandonada cuando los navegantes europeos crearon técnicas de navegación segura y desmintieron varios de los mitos sobre tierras lejanas. Al llegar a América, por ejemplo, algunos viajeros solían hablar de las costumbres “demoníacas” de las poblaciones nativas y de las “riquezas infinitas” que encontraban en ese nuevo entorno que los rodeaba.

En los registros cartográficos del siglo XVI existen una serie de imágenes y grabados que demostraban esta concepción de forma aún más concisa. En algunos mapas, cada continente estaba descrito a través de la representación de cuatro diferentes mujeres, siendo Europa el símbolo del orgullo y la soberanía; África, una mujer negra rodeada de animales salvajes y con pocos adornos; Asia, una princesa rodeada de especias; y Estados Unidos, demostrando, hasta el día de hoy, como se ve, una joven desnuda salvaje. El imaginario colectivo, es decir, el conjunto de ideas e imágenes que formaban parte de la mentalidad de los europeos, fue diseñado y basado en lo que vieron diferente durante sus viajes por mar, y también cuando entraron en contacto con tierras desconocidas.

De esta manera, cuando llegaron a las tierras que luego llamaron "continente americano", todo lo exuberante o extraño se identificó con las imágenes que ya les eran familiares. Lo que ya formaba parte del pensamiento cotidiano de los europeos se proyectó en la realidad que tenían ante ellos y, de esta manera, pudieron comprenderla.

¹³ La Antigüedad, también conocida como Edad Antigua, es un periodo de la historia comprendido entre el 3500 a.C., con el surgimiento de la escritura cuneiforme, hasta el 476 d.C. con la desintegración del Imperio Romano.

¹⁴ Según el Diccionario Portugués en Línea, medieval es relativo, característico o perteneciente a la Edad Media, el período de la Historia europea que comenzó en el siglo V, con la decadencia del Imperio Romano, hasta mediados del siglo XV, con el final de Constantinopla, que marca el inicio de la Edad Moderna: época medieval.

También fue debido a esta identificación que los europeos creyeron que habían llegado al "Paraíso Terrenal", que era el lugar donde se encontraría el estado original del mundo. El dogma cristiano y la tradición bíblica han impuesto otras fantasías de la imaginación teológica en el mapa mundial. Los mapas se convirtieron en guías de los artículos de fe, los episodios y lugares mencionados en las Escrituras requerían ubicación y se convirtieron en un escenario tentador para los geógrafos cristianos.

Uno de los más seductores fue el Jardín del Edén. Los mapas cristianos medievales lo mostraban generalmente en la parte oriental del mundo, y en el extremo superior del mapa, un paraíso terrenal con las figuras de Adán, Eva y la serpiente.

El historiador estadounidense Daniel J. Boorstin¹⁵ informó en su libro *Los Descubridores* cómo Isidoro de Sevilla¹⁶, arzobispo y estudioso de la Edad Media, describió el Paraíso.

El primer lugar en Oriente es el Paraíso, un jardín famoso por sus placeres, al que el hombre no puede entrar porque está rodeado por un muro de fuego que se extiende hasta el cielo. Aquí está el árbol de la vida, que otorga la inmortalidad. Aquí también está la fuente que se divide en cuatro ríos que regarán el mundo, que luego regarán el mundo (Boorstin, 1983, p.107).

Creer en el Edén se convirtió en un placer y también en un deber. Entre la literatura de viajes más popular de la Edad Media se encuentran los Viajes al paraíso. Según *Iter ad Paradisum*, Alexandre¹⁷, Magno, después de conquistar la India, un día se deparó con un grande río, el Ganges, y se embarcó en él con quinientos hombres. Un mes después, llegaron a una enorme ciudad amurallada donde vivían las almas de los justos mientras esperaban el día del juicio. Esta ciudad, por supuesto, era el paraíso en la Tierra.

¹⁵ Daniel J. Boorstin (1914–2004) fue un historiador, escritor y bibliotecario estadounidense, conocido por sus trabajos sobre la historia intelectual y cultural de los Estados Unidos.

¹⁶ Isidoro de Sevilla (también conocido como San Isidoro) fue un erudito y arzobispo visigodo del siglo VII. Su obra es vasta e influyente, destacándose por su papel en la conservación y transmisión del conocimiento clásico.

¹⁷ Alejandro Magno (356 a. C.-323 a. C.), también conocido como Alejandro III de Macedonia, fue uno de los líderes militares más influyentes de la Antigüedad. Su legado es inmenso, no sólo por sus conquistas territoriales, sino también por la difusión de la cultura griega y el impacto duradero de sus logros en la historia y la cultura occidentales.

La naturaleza exuberante y el buen aire fueron características que contribuyeron a que el “Nuevo Mundo” fuera asociado al Paraíso. Comparando las características de las nuevas tierras con las paradisíacas y encontrando similitudes entre ellas, los europeos pronto hicieron una asociación. De esta manera, era más fácil entender la existencia de estas nuevas tierras.

Si existía la idea del Paraíso, también existía la idea del Infierno entre los europeos contemporáneos al período de los grandes viajes marítimos. Eran hombres profundamente religiosos y su pensamiento estaba marcado por una lucha constante entre el bien y el mal. Así, en el Nuevo Continente se identificaron no sólo características paradisíacas, como la exuberante vegetación, por ejemplo, sino también demoníacas, los innumerables insectos y animales venenosos, el fuerte calor y, principalmente, las costumbres de los nativos, es decir, los pueblos indígenas.

Los indígenas también estaban relacionados con seres que estaban presentes en el imaginario de los europeos: sus características se asemejaban a las de los “hombres salvajes”, quienes tenían características contrarias al ser humano caballeroso y cristiano que los europeos tenían como modelo. Los rituales de los pueblos indígenas (sus danzas, su desnudez, sus prácticas sexuales, sus dioses y prácticas religiosas) eran vistos por los europeos como acciones demoníacas. Sin embargo, hay que tener en cuenta que estas características se atribuyeron porque quienes escribieron sobre el modo de vida de los indios tenían una visión centrada en la religiosidad y los estándares de vida europeos. De hecho, cabe destacar que, en el caso de la colonización portuguesa en el territorio que luego sería Brasil, la visión del hombre salvaje estuvo representada por la carta de Pero Vaz de Caminha¹⁸.

La carta puede considerarse el primer documento mediático que, desde entonces, presenta la visión de los europeos sobre los sudamericanos y el Nuevo Mundo. Escrita en 1500, la carta describe las primeras impresiones de los portugueses al llegar a las tierras del “Nuevo Mundo”, estableciendo un hito histórico en la comprensión de la relación entre Europa y América, y ya manifestaron los

¹⁸ Pero Vaz de Caminha foi um escrivão português que desempenhou um papel significativo na história do Brasil, particularmente durante a chegada dos portugueses ao país em 1500. Ele é conhecido por escrever a “Carta a El-Rei Dom Manuel”, uma carta ao rei de Portugal, Dom Manuel I, descrevendo as primeiras impressões dos portugueses sobre o Brasil.

primeros relatos que se transformaron en estereotipos que moldearon las imágenes del Nuevo Mundo, permitiendo atribuir ciertas características, generalizaciones y simplificaciones al pueblo latinoamericano. Además, la identificación de lo contenido en la imaginación europea con la realidad contribuyó a que lo diferente no se viera realmente tal como era, sino que se filtrara a través de algo que ya era conocido y común.

Todas las imágenes que permearon el pensamiento de los europeos, entre los siglos XV y XVI, terminaron asociadas a la realidad del Nuevo Mundo, para que ésta pudiera ser comprendida por ellos. Así, las ideas del bien y del mal, del Paraíso y del Infierno, guiaron la visión que se proyectó sobre las nuevas tierras y sobre quienes las habitaban, menospreciándolos y caracterizándolos también con la idea de Paraíso.

Las influencias de esas visiones creadas pre, durante y post colonialismo permanecieron en un futuro para donde estas ideas generalizadas y simplificadas sobre un pueblo, su cultura y región se diseminaron y se reprodujeron a través de aquello que vendría a ser la prensa, conducida por las primeras agencias internacionales de noticias.

1.3 LAS AGENCIAS DE NOTICIAS INTERNACIONALES INCORPORADAS EN AMÉRICA LATINA

1.3.1 Un breve panorama sobre primeras agencias Internacionales de la historia

El fenómeno periodístico es un invento de la Modernidad¹⁹ (1453 a 1789) estando conectado al aparecimiento de la tipografía y al surgimiento, expansión y Adquisición de la periodicidad de la prensa en Europa, aunque tiene como antecedente inmediato las hojas informativas manuscritas e impresas que surgieron entre la Baja Edad Media²⁰ y el Renacimiento²¹.

¹⁹ El período de modernidad se refiere a una época de la historia que abarca aproximadamente los siglos XVII al XX. Este período se caracteriza por una serie de transformaciones sociales y políticas, económicas, culturales y científicas que tuvieron un impacto profundo en la sociedad occidental y, eventualmente, en todo el mundo

²⁰ La Baja Edad Media es un término utilizado por los historiadores para describir el período que se extiende aproximadamente desde el siglo XI al XV en Europa. Esta fase sigue a la Alta Edad Media y precede al Renacimiento.

Herencia del período colonial, el contexto periodístico, empresarial, social y tecnológico del siglo XIX comenzó impulsado por intereses políticos, económicos y territoriales, creando condiciones para el surgimiento de las primeras agencias de noticias, organizaciones que, hasta el día de hoy, se dedican hasta producir noticias y otra información para su venta a organizaciones periodísticas y otras entidades potencialmente interesadas, como grupos económicos, gobiernos, etc. De esta manera, la historia de las agencias mundiales está estrechamente vinculada a la historia de la expansión de las grandes potencias y al desarrollo del capitalismo occidental.

Las primeras agencias de noticias aparecieron en Europa, ayudando al periodismo informativo a superar el periodismo doctrinal y combativo de la “prensa de partido”. Fueron a *Havas*²², en Francia; a *Reuters*²³, en Inglaterra; y *Wolff*²⁴, en Alemania. Posteriormente se fundaron agencias de noticias en otros países, como la *New York Associated Press*, en Estados Unidos. *Agence France Presse*, AFP, es la sucesora directa de *Havas*, creada en 1835. *The Associated Press*, AP, fue fundada por seis periodistas de Nueva York en 1848. *Reuters* fue fundada por Paul Julius Reuter en Londres en 1851. *United Press International*, UPI, comenzó como *United Press Associates* en 1907, una creación de Edward Scripps de la cadena *Scripps*, y se convirtió en UPI en 1959 cuando se fusionó con el *Servicio Internacional de Noticias* de Hearst, que había sido fundado en 1909.

Havas fue creada en 1835 por Charles Havas, un hombre de negocios que organizó la recopilación de información comercial y financiera de varios centros

²¹ El Renacimiento fue un movimiento cultural, artístico, científico e intelectual que floreció en Europa, principalmente en los siglos XIV, XV y XVI. Este período marcó una transición entre la Edad Media y la era moderna.

²² Grupos de comunicación global más grandes del mundo, con más de 22 mil personas en más de 100 países compartiendo una única misión: marcar una diferencia significativa para las marcas, las empresas y las personas.

²³ *Reuters* es una de las agencias de noticias internacionales más grandes del mundo, conocida por brindar cobertura de noticias globales en tiempo real. Fundada en 1851 por Paul Julius Reuter en Londres, inicialmente como una empresa de transporte de noticias por telégrafo, *Reuters* ha evolucionado hasta convertirse en una fuente de noticias líder para organizaciones de medios, empresas y profesionales financieros.

²⁴ El 27 de noviembre de 1849, el periodista prusiano Bernhard Wolff creó la agencia de noticias que lleva su nombre, que sería la primera de Alemania y, durante 85 años, sería una de las tres mayores empresas del sector en el mundo, hasta su cierre por los nazis en 1934. Aunque hoy en día es poco estudiada, la Agencia Wolff, como llegó a ser conocida, es una de las agencias de noticias más antiguas e importantes de la historia.

económicos europeos, para ser vendida diariamente a una red de suscriptores privados en Francia. A mediados de la década de 1840, la expansión del telégrafo le permitió atraer abonados de otros países europeos, siempre dentro de los círculos financieros y comerciales. El evidente éxito de la empresa llevó a algunos empleados alemanes, Bernard Wolff y Julius Reuter, a abandonar la empresa y decidirse a competir con ella creando sus propios servicios. Así surgió la agencia *Wolff*, fundada en 1839, y *Reuters*, en 1851.

Los nuevos medios de comunicación electrónicos (telégrafo y teléfono) y los nuevos medios de transporte (ferrocarriles, automóviles y barcos de vapor) facilitaron la recopilación y difusión de información. La incorporación de América Latina al territorio alcanzado por el telégrafo motivó un nuevo acuerdo entre grandes agencias internacionales europeas: se acordó que *Havas* y *Reuters*, juntas, explorarían el mercado de la prensa latinoamericana, tanto para enviar noticias desde aquí a Europa como para vender suscripciones a servicios de noticias para periódicos del subcontinente. Paralelamente, la agencia estadounidense *Associated Press* firmó un protocolo con el cartel renunciando a brindar noticias a la prensa en Sudamérica.

Así, mientras el cable era desenrollado por los buques *Investigator* e *Hibernia*, al servicio de la *Compañía Brasileña de Telégrafos Submarinos*, de capital británico, las agencias francesa y británica instalaron una oficina conjunta en Río de Janeiro, en funcionamiento desde julio. 1874, bajo el nombre de *Havas-Reuter*.

Como resultado, esta asociación se expandió por todo el territorio: en 1875, las dos instituciones europeas abrieron oficinas en ciudades portuarias, como Recife, Salvador, Belém y Santos. En los países vecinos, echaron raíces en ciudades costeras como Montevideo (Uruguay), Buenos Aires (Argentina), Valparaíso (Chile) y Lima (Perú). Proporcionaron servicios de prensa no sólo a periódicos sino también a clientes privados, incluidos destacados inversores financieros y comerciantes de café.

Posteriormente, *Reuters* quiso establecer un servicio privado de telegramas entre América del Norte y del Sur, las Indias Occidentales y Europa, lo que llevó a la rescisión de su contrato con Havas y dejó a *Havas* con la operación exclusiva de América del Norte y del Sur. Durante este período, escritores famosos y periodistas de la época trabajaron para la agencia de noticias francesa en Brasil: Sérgio Buarque de Holanda (también para *United Press* y *Associated Press*), Mário

Pedrosa, Américo Facó, Arsênio Palácios, Luciano Tapajós, Rachel de Queiroz y Lourival Fonte Si (quien luego se convirtió en uno de los fundadores de *Agência Nacional*) fueron reporteros y editores que aprendieron el oficio periodístico en la oficina de *Havas* en Río.

Curiosamente, Machado de Assis ²⁵ incluso se burló del servicio *Havas* en las crónicas que escribió para los periódicos en 1877 y 1878, satirizando la “barriga” (que significa noticias involuntariamente falsas) enviadas por la agencia y la “pobreza de estilo” del texto de las agencias de telégrafos.

Mientras tanto, la AP de Nueva York tuvo que lidiar con el resentimiento de los periódicos estadounidenses de otros estados, que en 1862 fundaron la *Western Associated Press* y, a principios de la década de 1890, después de algunos escándalos en la AP de Nueva York, asumieron el control de la asociación y se convirtió en el núcleo de la actual *Associated Press*.

En 1872, la AP de Nueva York había llegado a un acuerdo con *Reuters* para obtener noticias extranjeras, pero la AP occidental, impulsada por luchas dinásticas, hizo su propio acuerdo con la agencia *Wolff*, lo que debilitó la capacidad de los intereses estadounidenses para competir con el cártel europeo.

Para *Havas*, aunque tenía un monopolio, el escenario seguía siendo poco interesante desde el punto de vista financiero, pero el gobierno de París intervino para garantizar la presencia de la agencia francesa por interés político. Sin embargo, un impedimento financiero marca el intento de *Havas* de sobrevivir comercialmente. Debido a los elevados costes del uso del telégrafo por cable, la empresa sólo filtraba noticias con un alto potencial de ventas para los clientes. Durante la Primera Guerra²⁶ Mundial (1914-1918), dos tercios del personal de *Havas* fueron reclutados como combatientes y la agencia comenzó a operar en números rojos en América Latina.

La Primera Guerra Mundial hizo que algunos periódicos latinoamericanos se dieran cuenta de las limitaciones de la dependencia total de una sola agencia, que

²⁵ Machado de Assis (1839-1908) fue un reconocido escritor, poeta, dramaturgo y crítico literario brasileño. Es ampliamente reconocido como uno de los nombres más importantes de la literatura brasileña y, a menudo, se le considera el mejor escritor brasileño de todos los tiempos.

²⁶ La Primera Guerra Mundial Fue un conflicto militar que tuvo lugar entre el 28 de julio de 1914 y el 11 de noviembre de 1918, involucrando a muchas de las principales potencias mundiales de la época. Tuvo un profundo impacto en las décadas siguientes, moldeando el curso de la historia del siglo XX e influyendo en acontecimientos posteriores.

ofrecía versiones unilaterales de las disputas, y los llevó a buscar acuerdos con agencias norteamericanas.

Matías Molina en *Historia de los Periódicos de Brasil*, comenta que, al inicio de la guerra, el gobierno estadounidense decidió incentivar el envío de información norteamericana a América Latina y convenció al operador de telégrafos *All-America Cable Company* para reducir la tarifa a 10 centavos por palabra. El objetivo inicial era animar a *United Press* y *Associated Press* a utilizar el servicio, pero resultó tan barato que la propia *Havas* transfirió su servicio latinoamericano de París a Nueva York, para aprovechar el descuento.

La AP, a través de un acuerdo con el cartel, había ingresado a México y las Antillas, pero fue recién en 1915, con la UPA, que las noticias norteamericanas comenzaron a llegar a Sudamérica, posteriormente, en 1919, el Departamento de Administración del Consejo de AP autorizó la creación de un servicio especial dedicado a América Latina para atender la demanda de 22 periódicos latinoamericanos.

La competencia entre la UPA y la AP se trasladó a los territorios de América del Sur. Mientras que la UPA incursionó en los territorios de los cárteles europeos y, en 1929, tenía contactos con 45 países de Europa, Asia y otras partes del Imperio Británico, las restricciones de la AP, cuyas regulaciones le impedían prestar servicios a periódicos no afiliados, le hicieron perder mucho terreno en la primera etapa de su expansión exterior.

Mientras tanto, el papel de Estados Unidos en el escenario mundial estaba cambiando. En 1913 su producción industrial había más que duplicado la de Gran Bretaña, y después de la Primera Guerra Mundial el país ya no era deudor sino proveedor de préstamos, mientras que sus inversiones en el extranjero cuadruplicaron las de Gran Bretaña hasta 1930.

Al mismo tiempo, Estados Unidos extendió sus intereses al Lejano Oriente y la UPA progresó rápidamente, comenzando a distribuir noticias en Beijing y Shanghai, lo que dio un nuevo impulso a la competencia internacional de AP.

Kent Cooper, director general de AP, inició una cruzada personal dentro de la agencia y contra *Reuters* para liberarla de las restricciones internacionales y derribar los muros del cartel europeo. Si bien esto responde a un interés genuino en una mayor libertad en el flujo de noticias nacional, no es un problema creado por la

propia AP. La necesidad de competir con la UPA hizo urgente la eliminación de tales restricciones. La expansión estadounidense en el Lejano Oriente introdujo una urgencia aún mayor y, a principios de la década de 1930, AP comenzó a distribuir noticias en Japón y China, territorios hasta entonces dominados por *Reuters*. Las relaciones entre AP y *Reuters* empeoraron aún más, hasta que en 1934 firmaron un contrato que otorgaba a AP el derecho a recopilar y vender noticias en cualquier parte del mundo.

Cooper diría más tarde, en su libro *Barriers Down*:

Al impedir que Associated Press ampliara sus informes en el extranjero, Reuters y Havas estaban logrando tres objetivos: 1. Tenían libertad para presentar noticias estadounidenses en términos hostiles a Estados Unidos, si no omitirlas por completo; 3. Sus fiestas siempre fueron glorificadas. Lograron sus objetivos promoviendo importantes avances en las civilizaciones inglesa y francesa, cuyas ventajas luego, por supuesto, se concederían al resto del mundo. El cable transportó instantáneamente a Australia, Sudáfrica, India, China, Canadá y el resto del mundo británico hasta el centro de Londres en Tarnis... Gran Bretaña, más avanzada que otras naciones, se centró en el sector del cable. Primero, el cable logró la cohesión de su imperio, luego abarcó también a otras naciones: finalmente, según las prácticas victorianas, las noticias que pasaban a través de esta vasta red de cables aumentaron el prestigio de la causa británica (Cobre, 1942).

La firma del nuevo acuerdo entre AP y *Reuters* marcó el fin formal de las esferas de influencia de las principales agencias, pero no eliminó la dinámica que las sostenía: las agencias de noticias seguían los intereses económicos de sus países de origen en el extranjero, y sus Las verdaderas esferas de influencia siguieron estando determinadas por los intereses económicos y políticos de las naciones más poderosas.

La agencia extranjera *Wolff*, debilitada por la Primera Guerra Mundial, vio su territorio dentro del cartel de noticias dividido entre *Reuters* y *Havas*. Posteriormente, tras ser comprada por el Tercer Reich²⁷, desapareció junto con la derrota alemana en la Segunda Guerra Mundial²⁸. La desaparición gradual de *Wolff* fue acompañada por el surgimiento de la *Agencia Telegráfica de la Unión Soviética* (TASS).

²⁷ La Alemania Nazista, también denominada Alemania nazi y conocida como Tercer Reich, designa al país de 1933 a 1945, durante el cual el gobierno estuvo dominado por Adolf Hitler y el Partido Nacionalsocialista de los Trabajadores Alemanes, más conocido como Partido Nazi.

²⁸ La Segunda Guerra Mundial fue un conflicto global que ocurrió entre 1939 y 1945, envolviendo a la mayoría de las naciones del mundo, incluidas todas las potencias principales, organizadas en dos alianzas militares opuestas: los Aliados y el Eje.

Las agencias internacionales florecieron en la atmósfera del capitalismo occidental, y el flujo actual de noticias todavía se basa en una estructura de poder dominada por el capitalismo occidental. Las estructuras monopolísticas cambian sólo a medida que crece el grupo monopolista, pero el carácter de sus funciones cambia sólo a medida que crecen las agencias.

América Latina formaba parte de una situación única en el mercado de distribución de grandes agencias europeas y norteamericanas: mientras en la mayoría de las regiones del mundo la distribución se hacía de forma indirecta, bajo contratos exclusivos firmados con agencias nacionales o países colonizadores (*Reuters* para el Imperio Británico, *Havas* para las colonias francesas, etc.), en los mercados sudamericanos las empresas extranjeras enviaban sus envíos directamente a los abonados, sin mediación. Esto incluyó a Brasil, donde ni siquiera la creación de la *Agencia Nacional* en 1937 cambió este escenario. En 1927, una enmienda a los acuerdos del cártel hizo oficial esta apertura, transformando a Centro y Sudamérica en territorios abiertos a la libre explotación por cualquier agencia de noticias.

Pasaron los años y se sucedieron creaciones, cierres y aperturas de sucursales de agencias de noticias extranjeras con oficinas en América Latina. Con la efectividad de este modelo, las agencias de noticias rápidamente se convirtieron en fuentes privilegiadas para que la prensa (y otros medios que surgieron más tarde) cubrieran noticias que ocurrieran más allá de sus territorios de alcance inmediato, particularmente noticias internacionales.

1.3.2 Agencias de noticias, sus operaciones y divisiones por el mundo

Se sabe que más de dos tercios de las agencias existentes a principios de la década pasada fueron creadas después de la Segunda Guerra Mundial: la mayoría de las agencias nacionales que existen hoy en América Latina fueron creadas entre los años 1960 y 1970. Las agencias más antiguas, con una trayectoria de más de un siglo de operaciones, se encuentran en Europa y Estados Unidos.

Las formas en que operan estas agencias incluyen acuerdos cooperativos sin fines de lucro, oficinas públicas financiadas por mecanismos regulatorios estatales y entidades comerciales que operan con base en principios de mercado similares a los de cualquier otra empresa comercial privada.

El tamaño de sus recursos y sus operaciones varían. La mayoría son de alcance exclusivamente nacional, muchas de las cuales operan sólo dentro de los límites urbanos y en ocasiones restringidas a la capital, y otras que, aunque nacionales, mantienen operaciones internacionales. También existen algunos acuerdos de cooperación subregionales, regionales e internacionales. La minoría, o más bien cuatro agencias, puede calificarse propiamente de "globales", y la magnitud de sus operaciones está a la altura de su definición: juntas representan el 80% del volumen total de noticias internacionales que circulan en el planeta.

Actualmente, las cuatro agencias más grandes del mundo son: *Associated Press*²⁹ (AP), *United Press International*³⁰ (UPI), *Reuters* y *Agence France Presse*³¹ (AFP). En este contexto aparece la agencia soviética TASS, en su posición de quinta en tamaño, pero no tiene influencia en el Tercer Mundo.

Se estima que no hay más de dos docenas de periódicos en el mundo que puedan pretender con razón ser autosuficientes en la recopilación de noticias internacionales, e incluso éstos también utilizan los servicios de las principales agencias mencionadas.

La *Associated Press*, por ejemplo, afirma que cada día sus noticias y fotografías llegan a más de mil millones de personas en todo el mundo, y que sus noticias se reproducen diariamente en cientos de idiomas utilizados por más de 10.000 periódicos y estaciones de radio y televisión en más de 110 países.

Entre estos cinco gigantes internacionales de las noticias y el centenar de agencias nacionales, hay algunas agencias "intermediarias" con capacidades internacionales de recopilación y distribución de noticias. Entre ellos se encuentran, por ejemplo, *Deutsche Presse Agentur*, DPA, de Alemania; el *Servicio de Noticias Kyodo Tsushin*, de Japón; la *Telegrafiska Agencija Nova Jugoslavija*, TANJUG, de

²⁹ *Associated Press*, fundada en mayo de 1846, es una agencia de noticias independiente que funciona como cooperativa. Sus propietarios son los periódicos, estaciones de radio y televisión de Estados Unidos que colaboran con la *Associated Press*.

³⁰ *United Press International* es una agencia de noticias estadounidense establecida en 1907, con sede en Boca Ratón, Florida. Hasta la década de 1990, fue una de las cuatro principales agencias de noticias mundiales, junto con *Associated Press*, *Reuters* y *Agence France-Presse*.

³¹ *Agence France-Presse*, una reconocida agencia de noticias francesa fundada en 1835, tiene su sede en el distrito 2 de París, conocido como Arrondissement de la Bourse. AFP es reconocida como una de las agencias más prestigiosas a nivel global.

Yugoslavia; la *Agencia de Noticias de Oriente Medio*, MENA, de Egipto; la *Agencia Nazionale Stampa Associata*, ANSA, de Italia, *Sputnik News*, de Rusia y EFE, de España.

Sus principales actividades se centran en atender los mercados nacionales, y su actividad internacional se concentra en pequeñas áreas geográficas. El número de clientes a los que atiende es, en general, menor que el de cualquiera de las cinco agencias globales por sí sola. Son clientes de los cuatro gigantes informativos internacionales, mientras que las agencias globales no compran sus servicios.

1.3.3 Inter Presse Service (IPS) Tercer Mundo

Un caso especial es el de *Inter Press Service* (IPS) Tercer Mundo: una cooperativa de periodistas con sede en Roma que, a diferencia de las agencias intermediarias, no puede definirse como una agencia de comunicación, ya que toda su organización y actividades giran en torno a objetivos internacionales.

Tampoco es un acuerdo de intercambio entre agencias nacionales, como es el caso del *Pool of Non-Aligned Agencies*³² o la *Acción de Sistemas Informativos en América Latina*, ASIN, sino que sirve a estas redes y participa en diversas actividades y proyectos de información de la Tercer Mundo, además de ser su propia agencia. La idea de crear IPS nació a principios de los años 1960. Primero, un gran desequilibrio informativo global: un universo informativo concentrado en los mayores países industrializados y gestionado por unas pocas grandes agencias y servicios de radiodifusión del Norte industrial.

En el lado opuesto, la falta de información sobre los países subdesarrollados del Sur y no sólo del Sur. Casi ninguna información sobre sus realidades políticas, económicas y sociales, excepto cuando ocurría un desastre natural, e incluso mucha de la poca información estaba llena de prejuicios culturales sobre estos países. En definitiva, poca imagen y mala imagen, reforzando los estereotipos de un continente dominado por un imaginario colectivo dantesco para los posts colonizadores.

Un escenario marcado en general por la falta de análisis y enfoque sobre los procesos por detrás de las noticias y la escasez de géneros periodísticos en las agencias, como reportajes especiales, análisis, artículos de opinión y periodismo de investigación. Las agencias se dedicaban principalmente las noticias ocasionales,

³² *Pool of Non-Aligned Agencies* fue un sistema de colaboración entre agencias de noticias de naciones no alineadas, vigente desde 1975 hasta mediados de los años 1990.

meras noticias con poco contexto. Es claro que este género periodístico no da espacio a temas vinculados al desarrollo. Si, por ejemplo, hablamos de una epidemia, o incluso de una catástrofe en un país del Tercer Mundo, la información se limita a describir las historias, transmitir las imágenes y centrarse en la ayuda internacional. Generalmente no buscan identificar las causas que hacen desaparecer o controlar por completo enfermedades en el Norte que pueden generar terribles pandemias en algunos de los países menos desarrollados, lo que un terremoto mayor en la ciudad norteamericana de Los Ángeles o en Japón provoca muchas menos muertes y destrucción que Haití, en menor medida.

Cabe resaltar que este tipo de tratamiento superficial y parcial aún predomina en la información internacional. El principal objetivo de IPS nunca fue presentar una imagen “positiva” de los países del Sur, reduciendo u ocultando problemas reales, como la corrupción, sino un enfoque objetivo que integrase la información del Sur en el universo informativo, con las opiniones e intereses de Sur, lo que significó una manera diferente de mirar el mundo y hacer periodismo, es decir, mirarlo desde la realidad del Sur y sus problemas sociales y económicos.

El cofundador de IPS, Pablo Piacentini, demostró un ejemplo directamente vinculado al desarrollo.

Los medios tradicionales suelen asociar los aumentos de los precios de las materias primas con signos negativos: causantes de inflación, costosos para los consumidores y las familias, responsables de distorsionar la economía mundial. Claramente, este punto de vista es el de los países industrializados, que importan materiales a bajo costo que transforman en manufacturas y así pueden expandir sus empresas y competir en el mercado mundial. No hay duda de que los aumentos fuertes y repentinos de algunas materias primas pueden causar problemas a la economía internacional e incluso afectar a las poblaciones de algunos países pobres que deben importar estas materias primas. Pero la atención generalizada y constante contra el aumento de los precios de las materias primas pasa por alto una realidad: el deterioro secular, estadísticamente probado, de los precios de las materias primas en relación con los precios de las manufacturas, con excepción del petróleo, desde 1973. Por ello, la política editorial de IPS consiste en proporcionar información y análisis que muestran cómo, sin precios justos y bien remunerados para sus materias primas, y sin aumentar el valor agregado de sus productos agrícolas y minerales, los países exportadores de productos básicos no podrán superar el subdesarrollo y la pobreza. (Piacentini, 2014)

La escala de recursos y operaciones del IPS lo ubica cerca de agencias nacionales intermedias. Sus objetivos de servir a los países que no tienen la experiencia y los recursos para la autosuficiencia en información lo acercan a

muchas agendas nacionales del Tercer Mundo. El alcance de su organización la sitúa cerca de las principales agencias del mundo. Se considera, hoy en día, uno de los más grandes del mundo.

A nivel regional, también existen algunas experiencias de asociaciones de mediano tamaño con agencias de medios, como *LATIN* en América Latina y *ACAN* en Centroamérica, fundada a principios de los años 1970. Este escenario global se enriqueció aún más con la creación de varias redes regionales nacido del descontento del Tercer Mundo con las cuatro agendas globales. Entre ellos se incluyen el *Grupo de Organismos No Alineados*, formado en 1975; la *Agencia de Noticias del Caribe*, existente desde 1976; la *National News Systems Action*, creada en 1979 y la *Asian News Network*, en 1980.

1.4 LA CREACIÓN DE MERCADOS INFORMATIVOS Y LAS ZONAS DE INTERÉS CREADAS POR LAS AGENCIAS INTERNACIONALES

Desde el uso de mensajeros para hacer circular la información – método utilizado durante cientos de años – hasta el uso de soportes para escribirla, una vez que el hombre dominó la escritura, el control de estos sistemas quedó reservado a grupos poderosos. Los principales actores globales son internacionales sólo en el alcance y la escala de sus operaciones. La propiedad, control y ganancias políticas y económicas derivadas de sus actividades son estrictamente nacionales y están ubicadas en sus países de origen.

Los motivos de lucro que guían las operaciones de las principales agencias occidentales impulsan una expansión que, en ocasiones, interfiere con la soberanía de los Estados y los lleva a subordinar los intereses públicos a una lógica comercial según la cual la información no es un servicio, sino una mercancía.

Históricamente, las cuatro principales agencias occidentales surgieron como empresas privadas independientes de sus respectivos gobiernos, pero en el curso de su desarrollo establecieron vínculos estrechos y a veces directos con ellos. Actualmente, esta relación directa persiste sólo en las AFP, pero en otras agencias es fácil encontrar situaciones políticas internacionales en las que se repiten patrones históricos, y las agencias coinciden y refuerzan los lineamientos de sus gobiernos. La influencia de las agencias occidentales va desde la creación y establecimiento de un concepto de noticia que hoy domina el periodismo mundial hasta el hecho de que

son las principales fuentes -y, en muchos casos, las únicas- de referencias e interpretaciones de la situación. dinámica global.

El presupuesto de los grupos mediáticos de cada país es mucho menor que el de las corporaciones transnacionales que operan en otras áreas de la economía, pero supera con creces el de cualquier otra agencia del mundo, estimándose en más de 100 millones de dólares al año.

Cada uno emplea entre 1.000 y 2.000 empleados a tiempo completo y vende sus servicios a decenas de socios con un total de entre seis y doce mil clientes cada uno. Todos recopilan y venden noticias en países subdesarrollados, pero la mayoría de sus ingresos y gastos se concentran, en todos los casos, en Estados Unidos y Europa Occidental.

Desde un punto de vista económico, la viabilidad de sus operaciones en el Tercer Mundo depende de los ingresos y beneficios de los países industrializados, pero por otro lado, la explotación de estos mercados avanzados también depende de su capacidad para proporcionar información sobre los mercados dependientes de el Tercer Mundo. Mundo. Esto explica las contradicciones en muchas declaraciones y acciones de sus directivos, a quienes les gusta enfatizar que sus operaciones en el Tercer Mundo no son rentables y no justifican el gasto de proporcionar una cobertura más completa de estos países, pero al mismo tiempo luchan por mantener y aumentar su cobertura. dominio de los mercados de medios subdesarrollados.

Como difusores de información relevante para la vida de las comunidades, los sistemas de comunicación internacionales no han cumplido un papel social, sino más bien mercados expandidos decididos a crear nichos específicos en las comunidades. Los sistemas de comunicación han sido utilizados para difundir ideologías, manipular opiniones y promover intereses específicos, irrespetando lo que sería su función original (y utópica), que es la de trabajar por el hombre y sus problemáticas, garantizando la pluralidad de voces, la diversidad de perspectivas y la promoción del diálogo constructivo.

1.5 COLONIZACIÓN MEDIÁTICA

La presencia y el dominio de las agencias internacionales eran tales que, por lo tanto, eran responsables de grandes fracciones de las noticias publicadas por periódicos y emisoras de todo el mundo, especialmente fuera de las metrópolis y en

los países más pobres, o aquellos bajo dominación imperial/colonial, como América Latina. Así, en cuestión de décadas, desde el período colonial hasta la sociedad posmoderna, estas empresas crecieron hasta convertirse en gigantes de la comunicación internacional, controlando – desde sus sedes en los países "dominantes"- gran parte de los flujos de información internacionales.

Para medir el grado de dominación de las agencias de los países centrales sobre los medios de comunicación de los países periféricos surgieron estudios que miden los flujos de información, comenzando en los años 1960 y alcanzando un pico en los años 1970, hasta disminuir en los años 1980 y prácticamente desaparecer en los años 90, precisamente la década de la informatización generalizada y la extensión de los medios a Internet.

Los estudios de Eleazar Díaz Rangel (1967) y Fernando Reyes Matta (1980) mostraron cómo las noticias eran prospectadas desde las agencias y reproducidas en las páginas de los diarios, generalmente en la sección Internacional. Y midiendo también, en porcentajes, la proporción que pertenecía a las grandes agencias de la época dentro del conjunto de temas publicados.

En general, encontraron porcentajes que oscilaron entre el 60% y el 90%, lo que indica un alto dominio y dependencia de la prensa del “Tercer Mundo” en relación con los flujos de información provenientes del “Primer Mundo”.

Los países subdesarrollados gradualmente pasaron a formar parte de un cártel de noticias cuyas fronteras eran las de los imperios y sus colonias. Los estudios históricos sobre la evolución de los patrones informativos en un país son muy escasos, pero la comparación con otros estudios de contenido indica que existe una lenta pero inexorable tendencia a alejarse del oligopolio informativo occidental. En América Latina, por ejemplo, un estudio de 14 periódicos de la región mostró, en 1965, que el 92,3% de las noticias internacionales procedían de cuatro agencias transnacionales; en 1975, otro estudio demostró que este porcentaje había caído al 79%. El grado de dependencia todavía era muy alto, pero al cabo de una década surgieron nuevas fuentes y se amplió la gama de opciones.

La prensa colonial o colonización mediática es una expresión utilizada para mostrar una relación de dominación y sumisión en el flujo de información entre países del Primer y Tercer Mundo. De hecho, no hay mucha diferencia entre una prensa colonial que mantiene sus ojos fijos en la metrópoli y una prensa

latinoamericana que mantiene sus ojos fijos en Estados Unidos y Europa occidental. En ambos casos, la independencia cultural es una tarea a medio realizar o a punto de comenzar.

Hubo y todavía hay acusaciones de países subdesarrollados que cubren varios aspectos del desequilibrio informativo, pero aquí destacamos aquellas que fueron analizadas por autores estadounidenses interesados en cuestionar su validez. La *Agenda Oficial de Comunicaciones Internacionales de Estados Unidos*, USICA, financió algunas investigaciones con este fin, pero sus resultados, lejos de dilucidar la serie de acusaciones, las confirman en muchos aspectos. Según este enfoque, los cargos más específicos son:

- *Las noticias mundiales son definidas por algunas agencias occidentales industrializadas y distorsionan o excluyen los valores culturales del Tercer Mundo. Los criterios que rigen la selección de noticias se basan, consciente o inconscientemente, en los intereses políticos y económicos del sistema transnacional y de los países en los que se basa ese sistema.*

- *Este filtro cultural excluye a la mayor parte del mundo, especialmente a regiones que no son de interés inmediato para el Occidente industrializado.*

- *La poca información sobre el Tercer Mundo que pasa por estos filtros tiende a enfatizar los aspectos negativos del Tercer Mundo, como crisis, golpes militares, desastres, etc.*

- *La imagen distorsionada del Tercer Mundo también se refleja en los países subdesarrollados, debido a su dependencia de fuentes transnacionales. Las noticias sobre los esfuerzos de los países del Tercer Mundo por salir del subdesarrollo no encuentran espacio en la producción informativa de las agencias transnacionales.*

La manifestación más obvia del desequilibrio en la circulación internacional de noticias es cuantitativa, medida en términos de la cantidad de noticias que fluyen de los países industrializados a los países en desarrollo, en comparación con lo contrario. El problema de la reciprocidad en la gestión de la información es interesante y ha provocado acalorados debates entre representantes de países subdesarrollados y diversas agendas gubernamentales y privadas de países industrializados.

Al tratarse de números de este tipo, implícitamente se asume que la situación ideal sería una proporción 1:1, es decir, si el menú informativo latinoamericano

incluye un 50% de noticias de Europa y Estados Unidos, estas regiones deberían consumir el 50%. Noticias de América Latina. Se sabe que esto es insostenible, pero la sombra del supuesto oscurece a veces otros aspectos, y quizás por eso ha sido explorado por autores interesados en demostrar que las demandas del Tercer Mundo carecen de sentido.

Algunos investigadores financiados por USICA, por ejemplo, después de observar que América Latina recibe el porcentaje más bajo de todas las regiones del mundo en los medios estadounidenses (8%, en comparación con el 11% de África; el 21% de Medio Oriente; el 22% de Asia; el 17% a Europa del Este; 26% a Europa Occidental; y 57% a América del Norte), reprodujo con humor lo que dijo una vez el periodista James Reston: "Los estadounidenses harían cualquier cosa por América Latina, excepto leer sobre ella".

CAPÍTULO 2: LA COBERTURA MEDIÁTICA DE AMÉRICA LATINA EN EUROPA Y LA INFLUENCIA EN LA CREACIÓN DE ESTEREOTIPOS Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES CULTURAIS

2.1 LA NUEVA ORDEN MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN: EL INFORME MCBRIDE

2.1.1 Un breve panorama sobre la creación del documento

El Informe McBride aparece en un escenario de dudas cada vez mayores sobre el orden internacional actual, principalmente en relación con la concentración mediática de los flujos de comunicación. En 1976 se celebró en Colombo, capital de Sri Lanka, la quinta conferencia de países no alineados, donde finalmente se formuló el concepto de Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC), como el surgimiento de un “Nuevo Orden Económico Mundial” incorporado a los programas de la UNESCO³³ y de la Asamblea General de las Naciones Unidas³⁴ en 1978.

El foco principal de la discusión sobre los desequilibrios de comunicación en los países no alineados fueron las cuatro agencias de noticias que centralizan gran parte de la información destinada a una audiencia global. Las dos principales agencias de noticias europeas, la *Agence France-Presse* (AFP) y la británica *Reuters*, y dos agencias de noticias estadounidenses, *Associated Press* (AP) y *United Press International* (UPI).

Las denuncias contra estas instituciones han dado lugar a una serie de ataques a medios de comunicación occidentales e incluso a medios comerciales de países del tercer mundo, a los que acusan de ser una amenaza a la libertad de prensa y una amenaza al principio de libre circulación de información.

Después de más de dos años de investigación, el informe McBride concluyó que el flujo de información era ordenado y concentrado en direcciones norte-sur y

³³ UNESCO, que significa Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en inglés: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), es una agencia especializada de las Naciones Unidas. Fue creado el 16 de noviembre de 1945, con el objetivo de promover la colaboración internacional en los campos de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación. Su lema es "Construir defensas en la mente de hombres y mujeres".

³⁴ La Asamblea General de las Naciones Unidas es el principal órgano de deliberación, representación y formulación de políticas de la ONU. Anualmente, el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) contribuye a la Asamblea General, abordando diversos temas, como normas de conflicto, coordinación humanitaria, mantenimiento de la paz, mujeres, niños, entre otros, a través de discursos.

oeste-este, lo que explica las divisiones del mundo basadas en la pobreza y la ideología.

Fue la primera vez que un documento aprobado por una institución de las Naciones Unidas visibilizó los desequilibrios estructurales en el ámbito de la comunicación y presentó algunas propuestas para resolverlos. Proporcionó un diagnóstico de los problemas de comunicación en el mundo actual, centrándose en la exclusión grupal, comunidades, personas y regiones a través de los medios de comunicación. Propuso soluciones utópicas para aliviar las desigualdades tecnológicas, los desequilibrios de información y las lagunas de conocimiento que existen en el planeta.

Además, justificó las exigencias de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, cuestionando la lógica de concentración del poder informativo y la desigualdad tecnológica necesaria para este flujo.

El informe McBride proporcionó a la comunidad internacional once principios fundamentales que considera esenciales para fortalecer el nuevo orden informativo internacional.

(1) *Fin de los desequilibrios y desigualdades que caracterizan la situación actual;*

(2) *Eliminación de los efectos negativos de ciertos monopolios, públicos o privados, y de la excesiva concentración de poder;*

(3) *Eliminación de obstáculos internos y externos al libre flujo y difusión más amplia y equilibrada de información e ideas;*

(4) *Pluralidad de fuentes y canales de información; libertad de prensa e información;*

(5) *Libertad para los periodistas y todos los profesionales de los medios;*

(6) *Libertad inseparable de la responsabilidad;*

(7) *Preparación de los países en desarrollo para buscar mejoras en sus propias naciones, especialmente en lo que respecta a la adquisición de su propio equipo;*

(8) *Capacitación de personal, recuperación de infraestructura, además de adecuar los medios de información y comunicación a sus propias aspiraciones y necesidades;*

(9) *Compromiso sincero de los países desarrollados para ayudar a otros a alcanzar estos objetivos;*

(10) Respeto por la identidad cultural de cada pueblo y el derecho de cada nación a informar al público internacional sobre sus intereses, aspiraciones y respectivos valores sociales y culturales;

(11) Respeto por los derechos de todas las personas a participar en intercambios de información, basados en la igualdad, la justicia y el beneficio mutuo y, respeto por los derechos de la comunidad, así como de los grupos étnicos y sociales, para que puedan tener acceso a las fuentes. información y participar activamente en los flujos de comunicación.

Estados Unidos, encabezado por Ronald Reagan³⁵, y el Reino Unido, encabezado por Margaret Thatcher³⁶, se mostraron descontentos con las conclusiones del informe y reaccionaron violentamente, rechazando el documento y definiéndolo como puramente político. Por lo tanto, se retiraron de la UNESCO en 1985.

Con el predominio de las ideas neoliberales y la oposición de estadounidenses y británicos, la UNESCO quedó descalificada como foro competente para señalar los problemas de comunicación global y se quedó sin recursos suficientes para implementar los objetivos prioritarios de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NÓMICO). Sin embargo, la esencia de la evaluación del Informe McBride sigue estando en manos de organizaciones culturales y no gubernamentales que trabajan en todo el mundo.

2.1.2 La concentración mediática y los nichos de mercados globales

Desde la publicación del Informe McBride, las actividades mediáticas han continuado con la misma fuerza y alcance. Son organizaciones que producen, venden y distribuyen materiales periodísticos en todo el mundo. Un pequeño grupo que opera como un cartel es responsable de seleccionar y organizar la información para los medios (periódicos, radio, cadenas de televisión, proveedores en línea), instituciones financieras, gobiernos e individuos de todo el mundo. Las principales agencias desempeñan un papel, hasta cierto punto, como filtros de noticias globales. En un estudio realizado por la investigadora Shahira Fahmy en 1995, explica:

³⁵ Ronald Reagan, Inicialmente conocido como actor y luego involucrado en la política de Estados Unidos, asumió la presidencia como el presidente número 40 del país, ocupando el cargo de 1981 a 1989. Durante su mandato, hubo una importante recuperación económica a nivel interno, al mismo tiempo que buscaba lograr "La paz a través de la fuerza" a nivel internacional.

³⁶ Margaret Thatcher fue una política británica que desempeñó un papel destacado en la política británica del siglo XX. Nacida el 13 de octubre de 1925 en Grantham, Lincolnshire, Margaret Hilda Thatcher se convirtió en la primera mujer en ocupar el cargo de Primera Ministra del Reino Unido.

Las agencias occidentales proporcionan más del 75% de las noticias sobre los países en desarrollo, lo que obliga a estos países a ver los problemas desde una perspectiva occidental. Muchas noticias internacionales fluyen verticalmente desde los países desarrollados hacia los países en desarrollo a través de agencias de noticias occidentales. En la mayoría de los países, la cobertura noticiosa internacional gravita hacia las pocas naciones poderosas (Fahmy, 1995).

Afirma además que los informes y la cobertura internacionales parecen ser un espejo y un componente de un sistema global que está potencialmente estructurado por las culturas, economías y políticas del mundo. Por tanto, el contenido y el volumen del flujo de noticias están influenciados por factores comerciales, la dimensión regional, los vínculos culturales, los recursos de comunicación y la distancia física. Es un mercado escalonado donde un pequeño número de agencias globales brindan noticias a clientes de todo el mundo.

En el libro *Agencias Transnacionales*, de Raquel Salinas, analiza cuán evidente es la discrepancia, la desigualdad de la información y la división del mundo en zonas de interés e influencia:

¿Por qué tanto debate y preocupación por las noticias? Las agencias se encuentran en una posición única entre los medios de noticias: su negocio específico es describir el mundo. No siempre te dicen qué pensar, pero siempre te dicen en qué pensar. Definen los posibles límites de la información colectiva sobre el mundo [...]. Al definir e interpretar la realidad, definen también los posibles límites de la realidad: no puedes hacer nada sobre lo que no sabes. Las agencias producen versiones empaquetadas y en capas de la realidad: los eventos y procesos ocurren en todas partes, pero las agencias seleccionan qué eventos y procesos quieren reflejar y de qué forma. El proceso de producción de noticias es también un proceso selectivo, en el que las partes y los sujetos varían en su probabilidad de ser incluidos en esta acelerada e inaceptable fabricación de versiones de la realidad. Se ha demostrado que es poco probable que los países y las cuestiones del Tercer Mundo hagan esta selección a menos que presenten razones excepcionales o trágicas. Y como no se puede participar en esta producción global a menos que se tengan los recursos para hacerlo, los países del Tercer Mundo se ven obligados a depender, en sus acciones y decisiones, de una interpretación de la realidad que no les favorece. Ese es el problema (Salinas, 1984, p.25).

Las principales organizaciones de noticias occidentales exploran las perspectivas, suposiciones e intereses de los periodistas, los gobiernos y los países desarrollados del Norte donde tienen su sede. La cobertura de estas organizaciones dominantes no es objetiva: reproducen estereotipos y representan los intereses de los países ricos y no los de los países en desarrollo.

2.1.3 La influencia del ciberespacio en la concentración mediática

El autor e investigador Chris Paterson³⁷, en su artículo "El dominio de las agencias de noticias en las noticias internacionales en Internet", concluyó que las noticias en línea demuestran repetidamente las desigualdades y limitaciones del periodismo internacional y que la web es un medio tradicional con poca diversidad de información. El autor define algunos portales de noticias en Internet como "cibermedios", que muchas veces reproducen contenidos de agencias de noticias sin editarlos.

Patterson afirma que *Yahoo* fue el primer portal que estableció una relación estratégica con *Reuters* para ofrecer noticias en los años 90, un modelo que luego fue ampliamente imitado. Otro modelo fue la combinación de producción de contenidos originales con contenidos de agencias de noticias, como la BBC o *The New York Times*. La cuestión de la homogeneización de las noticias en la Web es aún más compleja si consideramos que la mayoría de los usuarios tienden a consumir noticias de un número limitado de fuentes, especialmente los medios tradicionales.

De hecho, la llegada de Internet revolucionó el acceso a la información, pero, irónicamente, también intensificó la centralización de la producción de contenidos por parte de las agencias de noticias. Como resultado, asistimos a una preocupante homogeneización de contenidos, una falta de diversidad informativa y una notable similitud en las agendas de los principales portales de noticias.

Los gigantes mundiales de los medios de *comunicación* *Associated Press* y *Reuters* han establecido su dominio en el escenario informativo internacional, lo que también se conoce como "ciberduopolio", según el experto Paterson. Con la evolución de las tecnologías digitales, las agencias de noticias se han vuelto más eficientes en la producción y la convergencia tecnológica ha abierto el camino para la conquista de nuevos mercados, a través de la creación de productos dirigidos a los mismos medios tradicionales que, durante mucho tiempo, han dependido de dependencia de estas agencias.

³⁷ Chris Paterson es profesor de la Escuela de Medios y Comunicación de la Universidad de Leeds. Autor de *Reporteros de guerra bajo amenaza: Estados Unidos y la libertad de los medios* (Plutón, 2014) y *Las agencias internacionales de noticias televisivas* (2011).

Los profesionales que componen estos reconocidos vehículos informativos desempeñan con maestría el papel de vigilantes, atentos al flujo incesante de noticias provenientes de las agencias, filtrando cuidadosamente los contenidos más relevantes, sin interferir, por tanto, en su esencia.

El informe McBride concluye que la concentración en los principales sectores de la comunicación es resultado de las condiciones que rigen la obtención de beneficios en los mercados nacionales e internacionales, así como la circulación de capitales. Además, el informe también destaca el impacto de las nuevas tecnologías, como la integración vertical en la industria informática, en la que las empresas no se limitan sólo a investigar, fabricar y vender máquinas, sino que también se encargan de la operación, el mantenimiento e incluso de la programación de los sistemas. .

En este contexto, es importante enfatizar que la concentración no se da sólo por razones políticas o presiones externas, sino como resultado de estrategias de mercado y del aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la evolución tecnológica. Por lo tanto, es fundamental considerar estos aspectos al analizar la concentración en los sectores de la comunicación.

El informe presenta una visión integral e inteligente de las causas de la concentración en los sectores de las comunicaciones, teniendo en cuenta factores tanto económicos como tecnológicos.

En el actual contexto de concentración mediática, las empresas transnacionales destacan como protagonistas. Los modelos de comunicación siguen la misma lógica aplicada en otros sectores económicos. La transnacionalización o globalización también ha afectado al sector de las comunicaciones, creando una distinción entre centros de producción y mercados periféricos.

En resumen, la industria de las comunicaciones está dominada por unas pocas empresas que controlan todos los aspectos de la producción y la distribución, ubicadas en los principales países desarrollados y que operan a nivel transnacional. La concentración y la transnacionalización son consecuencias inevitables de la interdependencia tecnológica, el alto costo de la investigación y el desarrollo y la capacidad de las empresas más poderosas para ingresar a cualquier mercado.

Estas tendencias existen en varias industrias, pero la comunicación es un sector especial. Las empresas transnacionales tienen una especial responsabilidad en el mundo actual, ya que su posición dominante en materia de información las convierte en un elemento determinante en el desarrollo de modelos económicos y

sociales. Los medios transnacionales ejercen una influencia fundamental sobre las ideas, opiniones, valores y estilos de vida, y, por tanto, sobre la evolución de las sociedades, para bien o para mal.

Los avances tecnológicos e Internet no garantizan automáticamente el acceso democrático a la información. Si bien no están disponibles para todos ni en todas las regiones, ofrecen un gran potencial para diversificar los mensajes y democratizar la comunicación. A medida que las tecnologías de la comunicación se modernizan, resulta cada vez más vital y desafiante para el público ejercer control sobre ellas.

La implementación y el desarrollo de sistemas de información y bases de datos a gran escala dan como resultado la acumulación de enormes cantidades de datos de crucial importancia en los sectores social, económico y político. El acceso a las fuentes de información puede restringirse a quienes las controlan o extenderse a una amplia audiencia de usuarios potenciales. En definitiva, los avances tecnológicos pueden convertirse en obstáculos o amenazas a la democratización de la comunicación. Sin embargo, al mismo tiempo, estos nuevos servicios también pueden conducir a estructuras descentralizadas y más democráticas.

2.2 LA "CENSURA INVISIBLE"

En esta parte del trabajo se analizará el concepto de "censura invisible", presentado por Pascual Serrano³⁸, autor de la obra *Desinformación: como los medios ocultan el mundo* - que fue pieza clave en el desarrollo de toda la investigación.

2.2.1 La noticia y la información como mercadería negociable

Los medios no explican el mundo. Aborda los conflictos con la miopía occidental, divide a los gobiernos en buenos y malos según sus intereses e intenta anclar los principios del status quo dominante. Al considerarse una mercancía, la información ya no está sujeta a criterios tradicionales de verificación, autenticidad o error. Ahora se rige por las leyes del mercado.

Serrano, a lo largo del libro, reafirma que, hoy en día, el mayor objetivo de los medios de comunicación es convencer al conjunto de la población de que se adhiera a las ideas de las clases dominantes. "En las dictaduras, es el poder el que nos

³⁸ Nacido en Valencia, España, en 1964, Pascual Serrano se licenció en Periodismo en 1993 en la Universidad Complutense de Madrid. Inició su carrera periodística trabajando para el diario español ABC. Serrano fue el fundador y editor jefe de la revista Voces, publicada por la organización política Esquerda Unida.

impide acceder a la información. En la democracia, es la información misma, por saturación, la que nos impide acceder a ella" (Serrano, 2009, p. 5).

Y es en este sentido que surge el concepto de "censura invisible", practicada por grandes grupos mediáticos y gobiernos. Por tanto, estamos en una situación en la que creemos que porque tenemos más información, tenemos más libertad, cuando en realidad, si miramos con atención, tenemos tan poca información como en otras ocasiones. Como afirma Serrano: "Los periódicos empezaron a existir para decir la verdad y hoy existen para impedir que se diga la verdad" (Serrano, 2009, p. 10).

El investigador Miguel Rodrigo Alsina³⁹, basándose en sus estudios en el libro *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*, puede agregar a este mismo análisis de Serrano que..."Está demostrado que comunicadores y periodistas necesitan adaptar sus puntos de vista de las demandas de la organización y esto explica el tipo de contenidos que produce un medio" (Rodrigo, 1989, p.189-190).

O renomado escritor e jornalista polonês, Ryszard Kapuscinski⁴⁰, fez uma interessante comparação entre a censura que enfrentou em seu país durante o período del llamado socialismo real y la situación actual de los medios de comunicación. Para él, la censura se disfraza ahora de manipulación. Mientras que anteriormente, en Polonia, los gobiernos simplemente prohibían la difusión de determinadas noticias, hoy la desinformación se produce de forma más sutil, mediante el silenciamiento, la banalización y el desvío de la atención hacia cuestiones menos relevantes. Además, también está la marginación de los intelectuales disidentes e incluso la propagación de mentiras. Lamentablemente, la situación de la desinformación no ha mejorado para los ciudadanos de a pie, que siguen siendo las principales víctimas de este juego de manipulación.

³⁹ Miquel Rodrigo-Alsina trabaja como profesor de teorías de la comunicación en la Universitat Pompeu Fabra desde 2006. Anteriormente desempeñó el mismo cargo en la Universidad Autónoma de Barcelona de 1999 a 2006. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación y Derecho por la Universidad Autónoma de Barcelona. , donde también realizó su doctorado en Ciencias de la comunicación.

⁴⁰ Ryszard Kapuściński (1932-2007) fue un periodista y escritor polaco, ampliamente reconocido por sus informes y libros que exploran acontecimientos políticos y culturales en diversas partes del mundo. Su trabajo es apreciado no sólo por su relato preciso de acontecimientos históricos, sino también por su capacidad para capturar la esencia cultural y humana de los lugares que cubrió.

Ignacio Ramonet⁴¹, reconocido catedrático de Teoría de la Comunicación e influyente presidente del prestigioso mensual *Le Monde Diplomatique*, no se anda con rodeos al calificar la actual situación mediática como una crisis sin precedentes.

La parcialidad, la falta de objetividad, las mentiras, la manipulación o simplemente la impostura están aumentando. Sabemos que nunca ha habido una época dorada de la información, pero ahora esto también ha afectado a los periódicos de calidad (Ramonet, 2023).

La cuestión que se debate es de suma importancia, ya que el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, de 1948, garantiza el derecho a "recibir informaciones y opiniones". Por tanto, si las noticias publicadas en nuestros medios no reúnen la veracidad y calidad necesarias, y si las opiniones no se presentan de forma equilibrada, se vulneran los dos pilares legislativos fundamentales de nuestra sociedad, aunque sigamos orgullosos de nuestra prensa. libertad.

2.2.2 El silenciamiento de América Latina

La falta de divulgación por parte de los medios sobre la colaboración entre países de la región es un claro ejemplo de que, efectivamente, hay un silenciamiento de América Latina en los medios. Las relaciones entre los países latinos no se basan sólo en el comercio y los negocios, sino en una comprensión diferente de las relaciones internacionales. Esta falta de visibilidad impide que el público sea consciente de ello.

América Latina enfrenta altos niveles de pobreza, lo que hace que las políticas cooperativas sean una necesidad urgente. Lamentablemente, no es raro encontrar en los medios de comunicación acusaciones de chantaje e injerencia contra gobiernos que buscan solidaridad con los países vecinos.

En 2007, Daniel Ortega⁴², líder del Frente Sandinista de Liberación Nacional (FSLN), fue elegido presidente de Nicaragua. Sin embargo, surgieron acusaciones

⁴¹ Nacido en Galicia en 1943, Ignacio Ramonet trabaja como director de *Le Monde Diplomatique* en París. Especializado en geopolítica y estrategia internacional, enseña Teoría de la Comunicación en la Universidad Denis Diderot de París. Es doctor en Semiología e Historia de la Cultura por la Escuela de Estudios Superiores en Ciencias Sociales, donde fue alumno de Roland Barthes. Ramonet es uno de los fundadores de Attac y miembro del Consejo Internacional del Foro Social Mundial.

⁴² Daniel Ortega es un político nicaragüense nacido el 11 de noviembre de 1945. Surgió como una figura destacada de la política nicaragüense durante la Revolución Sandinista en la década de 1970. Ortega fue uno de los líderes del movimiento que depuso al gobierno de Anastasio Somoza Debayle en 1979 conducente a la instalación del gobierno sandinista.

de que Cuba y Venezuela estaban ejerciendo influencia y manipulando al pueblo nicaragüense para asegurar la victoria de un candidato alineado con sus ideologías. Esta supuesta injerencia quedó ejemplificada por la propuesta de Venezuela de suministrar todo el petróleo necesario para superar la crisis energética de Nicaragua, en un acuerdo de pagos a 25 años, con dos años de gracia y una tasa de interés de apenas el 1%.

Además, Venezuela también propuso la firma de 33 convenios a través de la Asociación de Municipios de Nicaragüense (Amunic), con el objetivo de integrar a estos municipios a la Asociación Comercial, facilitando la comercialización de sus productos. Otra prueba de esta influencia fue el aumento del número de nicaragüenses que participaron en la misión Operación Milagro, que ofreció cirugías oculares gratuitas en hospitales de La Habana a personas de origen más pobre. Cada quince días, se realizaron vuelos financiados por Venezuela desde Managua a La Habana, lo que permitió que más personas accedieran a estos procedimientos médicos. Los pacientes atendidos en el nuevo hospital de Venezuela eran todos nicaragüenses de bajos ingresos, que recibieron tratamiento totalmente gratuito. Este hospital tiene capacidad para atender hasta cuatro mil pacientes de América Latina.

Además, Nicaragua ha adoptado el método cubano de alfabetización "Yo sí puedo" en dos tercios de los municipios del país. Esto hizo posible que 150.000 personas aprendieran a leer y escribir a finales de 2007. Desde la caída del sandinismo, la tasa de analfabetismo se ha triplicado en Nicaragua debido a las políticas neoliberales.

Sin embargo, el método cubano ya había sido probado con éxito anteriormente, en un programa piloto en varios municipios administrados por el FSLN, donde más de dos mil nicaragüenses aprendieron a leer y escribir. El gobierno y el pueblo cubanos hicieron generosas donaciones a este programa de alfabetización, incluyendo 5.000 televisores y 5.000 grabadoras de vídeo VHS, además de ofrecer asesoramiento pedagógico.

Estas experiencias, que en las regiones ricas serían consideradas increíbles, pasaron desapercibidas para los medios occidentales, que siempre las presentaron

como una mera injerencia interesada de Hugo Chávez y Fidel Castro, con el objetivo de imponer su ideología.

Es una pena que los países ricos no se reflejen y adopten programas de salud y educación similares en África, con el objetivo de ganarse el apoyo de estas poblaciones. Sería una estrategia inteligente para mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo sostenible (Serrano, 2009, p. 94).

En varias ocasiones, la percepción de América Latina se ve oscurecida por los intereses económicos de las naciones más desarrolladas. Esta influencia no sólo se limita a acuerdos comerciales claros, sino que también se refleja inconscientemente en el discurso de los medios.

Pascual Serrano expone un ejemplo notable de este sometimiento y oscuridad de los latinos, mientras Europa se empeña en desviar la atención hacia sí misma. En noviembre de 2006 se publicó en España un artículo económico titulado "América Latina brilla en los resultados", que aportaba una perspectiva interesante. El texto comienza afirmando que América Latina vive un momento de paz en el ámbito macroeconómico. Sin embargo, cuando leemos el informe, que es el plato fuerte del suplemento económico del periódico, nos damos cuenta de que no aborda la situación económica de los latinoamericanos ni de sus empresas. En cambio, analiza los impresionantes beneficios obtenidos por las empresas españolas en América Latina.

Es decir, no son los latinoamericanos, sino los accionistas de los gigantes multinacionales de la época como BBVA, Repsol, Telefónica, Endesa y Banco Santander quienes disfrutaban de un momento de paz. Por eso la noticia de la nacionalización de los hidrocarburos por parte del gobierno boliviano ocupa los titulares, siendo presentada por la prensa sin mayor análisis, como si se tratara de una apropiación de los negocios de las empresas españolas.

Sin embargo, lo que nunca mencionan es que gracias a esta nacionalización Bolivia aumentó sus ingresos de 300 a 2.600 millones de dólares, dinero que antes iba directamente a las multinacionales y ahora es de todos los bolivianos.

Lamentablemente los medios de comunicación están ligados a los intereses de las grandes empresas multinacionales y de algunas de las grandes potencias, por lo que cuando dicen que a América Latina le va bien, en realidad quieren decir que a las multinacionales les va bien en esa región, y no a que el Estado tenga más Recursos para invertir en salud y educación.

2.3 LOS ESTEREOTIPOS LATINOAMERICANOS DICTADOS POR LOS MEDIOS

2.3.1 La (des)colonización del imaginario

Antes de abordar la colonización del imaginario, cabe preguntarse qué es ese imaginario y cómo se inserta en la sociedad. Según conceptos del profesor de la Universidad de Zaragoza, Daniel H. Cabrera⁴³, en la Era Contemporánea⁴⁴ la sociedad se enfrenta a un dilema político crucial, preguntándose “cómo concebirse a sí misma como una entidad autónoma, capaz de dirigir sí mismo sin depender de influencias externas”.

La sociedad occidental moderna se considera a sí misma con la necesidad y la capacidad de establecerse de forma independiente. En respuesta a este movimiento, en el ámbito de la filosofía política emergen los conceptos de "ideología", "conciencia y representación colectiva" y "significado social" que participan en la inauguración de la disciplina sociológica como reflexión sobre la sociedad como obra del ser humano. seres. En este contexto se inserta la reflexión sobre “el imaginario social”. La respuesta a la cuestión política de la modernidad da lugar a una reflexión en las ciencias sociales, que buscarán comprender los "mecanismos" a través de los cuales es posible la construcción de la sociedad. El engaño inherente a ciertos conocimientos, las determinaciones estructurales de las ideas, las categorías de la "mente social", los mecanismos de formación de las ideas, las técnicas propagandísticas del gobierno, la religión como guía de conducta, los valores socialmente compartidos, las creencias, las "definiciones" de la realidad, son algunos de los temas y perspectivas que, si bien presentes en el pensamiento filosófico desde su nacimiento, sólo en la modernidad se articulan en términos disciplinares como un cuerpo de problemas y doctrinas específicas, como respuesta a la conciencia de la sociedad como ser humano institución.

⁴³ Daniel H. Cabrera Altieri (danhcab@unizar.es). Doctor en Comunicación, Diploma de Estudios Avanzados en Filosofía y maestría en Sociosemiótica. Profesor Titular del Área de Periodismo y Coordinador del Grado en Periodismo, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza. Anteriormente impartió Teorías y Sociología de la Comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba, en Argentina, y en la Universidad de Navarra, en España. Fue profesor de posgrado en Comunicación e investigador de tiempo completo del Instituto de Filosofía de la Universidad Veracruzana en México.

⁴⁴ La Era Contemporánea, una de las fases históricas, comenzó cronológicamente con la caída de la Bastilla en 1789 y continúa hasta la actualidad. Este período se caracteriza por importantes transformaciones impulsadas por el avance tecnológico, además de estar marcado por la consolidación del capitalismo y conflictos importantes, especialmente durante el siglo XX.

En el campo de la Comunicación, el imaginario comienza a convertirse en una noción clave para una comprensión que conecte las dimensiones políticas, sociales, históricas y culturales de los fenómenos. Al fin y al cabo, la construcción del imaginario está relacionada con lo que las personas consumen en su vida diaria. Cuando se trata de la construcción del imaginario latinoamericano, esta operación nos lleva, en primer lugar, a la necesidad de reflexionar sobre las especificidades y ambivalencias presentes en la construcción de identidades nacionales en países con un pasado colonial. La colonización, además de un proceso de dominación económica, presupone una intrincada red de procesos simbólicos en la relación colonizador/colonizado responsables de la forma en que estos últimos se representan a sí mismos y a los demás, al mismo tiempo, incorporando de manera especular patrones culturales del colonizador, y rechazarlos, como única forma de afirmar su propia identidad.

Toda la operación de colonización, por tanto, actuó para desalojar a los nativos de su cultura, al mismo tiempo que se les impuso una historia ajena. La construcción de la identidad nacional en estos países latinoamericanos siempre ha estado asociada en gran medida a la necesidad de buscar una identidad moderna, para seguir el ritmo del discurso civilizador del colonizador. La síntesis en la constitución de la identidad latina pasa, por tanto, por la formación de un imaginario moderno que permeará distintos momentos de este proceso desde el siglo XIX.

Entendiendo esta formación del imaginario social, es posible abordar la “colonización del imaginario” y cómo esto impacta hasta el día de hoy, cuando los latinoamericanos reproducen términos, expresiones y pensamientos sobre sí mismos tanto en los medios de comunicación como en el discurso cotidiano, prejuicioso. y estereotipados, que fueron formados en el periodo colonial.

La metáfora de la descolonización es una forma eficaz de eliminar una creencia arraigada. Al analizar las relaciones entre el Norte y el Sur, podemos encontrar el término "colonización" siendo utilizado por antropólogos antiimperialistas para describir la mentalidad. Varios libros exploran ese concepto, como la obra de Serge Gruzinski⁴⁵, en 1988, *La colonización de lo imaginario*, que aborda el proceso

⁴⁵ Serge Gruzinski, historiador y paleógrafo francés graduado en la École de Chartes, trabaja como profesor en la École des Hautes Études en Sciences Sociales de París. Además, es investigador del Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) y curador del Museo Quai Branly, de París. Es autor de varios artículos y ensayos, traduciendo algunas de sus obras al portugués, como *La*

de occidentalización. Sin embargo, cuando Gruzinski habla de la colonización de lo imaginario, él se refiere a la continuación del proceso colonial y a la conversión de los nativos por los misionarios. Esa conversión religiosa también envolvió la des-culturación y la aculturación de los nativos al cristianismo y a la civilización occidental, como parte del proyecto imperialista. Esa opresión en lo imaginario es real y va más allá de lo simbólico, como evidenciado por las prácticas inquisitorias de los conquistadores españoles en el Nuevo Mundo.

A medida que la sociedad crece y se desarrolla, enfrenta un proceso de conversión de mentalidad, un proceso de carácter ideológico y casi religioso, que busca establecer el imaginario de progreso y economía.

En Occidente, cuando pensamos en la colonización de la imaginación, nos enfrentamos a una invasión mental de la que somos a la vez víctimas y agentes. En su mayor parte, esto es el resultado de la autocolonización y, en parte, de la servidumbre voluntaria. Por tanto, la expresión "descolonización de lo imaginario" marca un cambio significativo en su semántica. Lo que hace que esto sea original es el énfasis en la forma particular del proceso opuesta a la analizada por los antropólogos. "Es un cambio de paradigma, una auténtica revolución del imaginario", como lo describe el escritor francés Edouard Glissant.

Esta revolución cultural no se limita sólo al cambio de valores, sino que también requiere una salida de la economía y la desoccidentalización. Ésta es la esencia del proyecto de posdesarrollo de los activistas del decrecimiento. Sin embargo, salir del imaginario dominante o colonial no es tarea fácil. No podemos simplemente decidir cambiar nuestra propia imaginación, y menos aún la de los demás, especialmente si están profundamente arraigadas en la idea de crecimiento.

Por tanto, la descolonización del imaginario requiere un cambio profundo en nuestra forma de pensar y educar a las generaciones futuras. Es un desafío que requiere un enfoque serio y comprometido, pero que puede conducir a una sociedad más consciente y libre.

2.3.2 Alteridad e Identidad

Para abordar temas como la reproducción de estereotipos, es necesario sacar a la luz la relación y el concepto de alteridad e identidad. En términos simples, la

colonización de lo imaginario: sociedades indígenas y occidentalización en el México español, siglos XVI-XVIII.

identidad es el conjunto de características propias de un individuo o de un grupo, donde este individuo forma su propia personalidad, pero también la recibe del entorno en el que realiza su interacción social.

La necesidad de pensar al sujeto contemporáneo a partir de su relación con los demás se vuelve bastante problemática si no incluimos, en esta reflexión, la cuestión de la alteridad y la necesidad inmediata de reconstruir su significado. Es en esta configuración de deconstrucción, de la imagen ya hecha de identidad, que podemos abordar la cuestión de la alteridad, una tarea difícil para una sociedad que ha adorado el individualismo y su valorización.

Es arriesgado decir que el gran desafío que enfrenta el proceso de alteridad. Significa hacer este proceso, sobre todo, humanizado y liberador, construido día a día en el intercambio de valores humanos. En este sentido, el autor Cipriano Luckesi afirma:

El ser humano es social, en la medida en que vive y sobrevive socialmente. Vive en coordinación con todos los seres humanos de generaciones pasadas, presentes y futuras. No sucede de forma aislada. Tu práctica está determinada por tus relaciones con los demás. El ser humano es un ser histórico, ya que sus características no son fijas y eternas, sino que están determinadas por el tiempo, que se vuelve constitutivo de él mismo. El ser humano sufre las determinaciones del tiempo histórico; su cuerpo, sus sentidos y su personalidad se caracterizan por la historicidad (Luckesi, 1994, p. 110).

Para los autores Trevisan e Tomazetti, la alteridad es un arma de resistencia contra la “igualdad sistémica”, porque, fuera del ámbito de la totalidad, no puede haber novedad, entendida como la existencia de algo fuera de ella. Es en la acción de la comunicación, del contacto y de la expectativa creada con el otro, estabilizada a partir de una realidad, que la alteridad se configura y toma forma.

En el XVII Encuentro de Investigadores en Comunicación y Cultura de la Universidad de Sorocaba, realizado en septiembre de 2023, el profesor y doctor Rodrigo Browne-Sartori⁴⁶, de la Universidad Austral de Chile concedió un ejemplo de alteridad encontrado en la pieza de teatro chilena “Tú Amarás”, del grupo Bonobo.

La obra ironiza la dicotomía entre identidad y alteridad -ausente ante una fuerte presencia de identidad- y muestra su relación con la violencia. La historia se desarrolla en una reunión de médicos, a modo de congreso, donde aparecen

⁴⁶ Rodrigo Browne-Sartori, que tiene doctoramiento en Comunicación, actualmente ejerce la función de profesor e investigador en el Instituto de Comunicación Social, perteneciente a la Facultad de Filosofía e Humanidades de la Universidad Austral de Chile en Valdivia. Además de eso, desempeña el papel de director de estudios de postgrado en la misma institución.

personas que no son de la Tierra. Los profesionales de la salud tienen que interactuar con los extraterrestres que allí se encuentran, llamados Amenitas. En otras palabras, el trabajo pretende mostrar la identidad que presenta una fuerza profesional importante para la sociedad, que necesita enfrentar la alteridad, que son, irónicamente, los extraterrestres. Los médicos argumentan hasta el punto de discriminar, sin reconocer humanidad en otros que no son iguales, deshumanizan a los Amenitas como si fueran animales inferiores. Volviendo a nuestra realidad, se puede decir que los nativos que se encuentran en América Latina podrían ser extraterrestres, como en la colonización.

No es casualidad que incluyan extraterrestres para esta representación. Muestran quién gana o pierde en esta relación, que también puede compararse con la relación entre colonizados y colonizadores. Extraterrestres libres e incivilizados, así como nativos de América. “La alteridad se enfrenta a la identidad de quienes la conquistaron”, informa Browne. Cuando Browne inserta la cuestión de Occidente y el “resto del mundo” en el tema de la alteridad, afirma que Occidente, con una lógica europea, impone al otro su discurso, su identidad, y que la exacerbación de esta identidad lo vuelve Consideró que Europa es el centro. "Occidente quiso escribir una historia que sea la que les conviene y la que quieren que se difunda. Una historia lineal, que no esté ocupada por movimientos y mutaciones de la alteridad" (Browne, 2023).

Como resultado, existen varias circunstancias que favorecen la perpetuación de estereotipos que promueven la violencia, acentúan las diferencias y alimentan dinámicas de hiperidentificación, siendo los medios de comunicación responsables de esta reproducción.

2.3.3 Patrones de representación en la cobertura y visión europea y reproducción de los medios latinoamericana

Inicialmente, la palabra estereotipo era exclusiva del vocabulario de la prensa y la tipografía, pero a partir de los años 1920 adquirió un significado metafórico en las ciencias sociales gracias a Walter Lippmann⁴⁷, Reconocido escritor y columnista político en Estados Unidos. En su obra *Public Opinion* (1922), considerado el libro pionero de los estudios de medios estadounidenses, Lippmann explora dos concepciones distintas del estereotipo. El primero, de carácter psicológico, describe el estereotipo como un mecanismo necesario para procesar la información, especialmente en sociedades de alta complejidad.

La segunda definición coloca el estereotipo al mismo nivel que otros patrones integrales de categorización y representación, fundamentales para el proceso cognitivo mediante el cual estructuramos e interpretamos experiencias, eventos y objetos variados. El argumento de que las representaciones selectivas, parciales, ultra simplificadas e instrumentales del "otro" juegan un papel crucial en el procesamiento mental de los estímulos es ampliamente estudiado en el área de la psicología social, y tiene importante impacto en los campos de la ciencia política, historia, estudios culturales y medios de comunicación.

Esta premisa nos lleva, sin embargo, a la peligrosa conclusión de que el estereotipo es inevitable, absolviendo a quienes lo perpetúan y dejándonos impotentes frente al racismo, la xenofobia y la discriminación sexual.

Para no precipitarnos en absoluciones precipitadas y desastrosas de los estereotipos, es necesario rescatar la segunda definición atribuida por Lippmann. Desde esta visión, los estereotipos se entienden como construcciones simbólicas con un evidente sesgo político, impermeables a la reflexión racional y resistentes a cualquier cambio en la sociedad.

La propagación, a través de los medios de comunicación, de tergiversaciones sobre los extranjeros, las clases sociales y otras comunidades ha sido destacada como un desafío importante para la democracia. Para que el proceso democrático

⁴⁷ Walter Lippmann, reconocido escritor, periodista y comentarista político de Estados Unidos, ganó protagonismo por ser uno de los pioneros en introducir el concepto de Guerra Fría. Fue responsable de dar significado al término "estereotipo" en el contexto psicológico moderno y de criticar a los medios de comunicación y la democracia en sus columnas periodísticas y en varios libros, en particular *Public Opinion*, publicado en 1922.

Para avanzar, cada ciudadano necesita tener una comprensión clara de cuestiones esenciales de la vida política y social.

Así, según esta última definición, los estereotipos desempeñan un papel crucial al proporcionar un marco organizativo para el mundo social. Sin embargo, la diferencia crucial radica en que los estereotipos buscan limitar cualquier forma de flexibilidad del pensamiento a la hora de comprender, evaluar o comunicar una realidad o diversidad, con el objetivo de mantener y reproducir relaciones de poder, desigualdad y explotación.

Los estereotipos van más allá de simplemente categorizar a las personas. Llevan consigo juicios y prejuicios implícitos o explícitos sobre su comportamiento, sus puntos de vista y su historia. Pueden variar en intensidad y atractivo emocional, pero generalmente reflejan tensiones y conflictos sociales subyacentes. Algunos ejemplos dirigidos a América Latina son: "indio salvaje", "latino corrupto y holgazán", "la exótica latina", entre otros.

Como forma influyente de control social, se establecen y mantienen límites simbólicos para distinguir lo normal de lo anormal. Estos límites fortalecen la autoestima y promueven la unidad de quienes se consideran normales en una "comunidad imaginada". Pero al mismo tiempo también excluyen, rechazan y exilian simbólicamente todo lo que no encaja, todo lo que es diferente.

El reconocido pensador italiano, Antonio Gramsci⁴⁸, describió como "lucha por la hegemonía" el esfuerzo constante de las clases dirigentes por moldear toda la sociedad según su cosmovisión, sus valores y su sensibilidad. Buscan establecer su supremacía para obtener un consentimiento amplio y aparentemente natural, haciendo que esta situación sea vista como inevitable y deseable por todos.

Los medios de comunicación, junto con las producciones cinematográficas, son la gran fuente de difusión y legitimación de las etiquetas, cuando propagamos estereotipos latinos estandarizados y, siempre exagerados. Cuando nos topamos con películas protagonizadas por personajes latinoamericanos, es evidente la presencia de estereotipos que retratan a estas mujeres. Sin embargo, las narrativas que involucran a las latinas se basan en estereotipos aún más sorprendentes y, de

⁴⁸ Antonio Gramsci (1891-1937), reconocido teórico y activista político marxista, vino al mundo en Sardenha, Italia, en enero de 1891. Se graduó en la Universidad de Turín y, en 1913, se convirtió en miembro del Partido Socialista Italiano. Su inmersión en las obras de Marx, Engels y Lenin le llevó a abandonar el idealismo filosófico, lo que le llevó, en 1921, a incorporarse al grupo que se encargaría de fundar el Partido Comunista Italiano (PCI).

alguna manera, negativos. A menudo, se crea una dicotomía entre la mujer latina y la occidental, presentando a la latina como permisiva y temperamental, en contraste con la joven inocente del viejo mundo occidental. Es decir, no se trata sólo de un estereotipo aislado sobre las mujeres latinas, sino también de una comparación entre comportamientos femeninos, estableciendo lo que se considera correcto e incorrecto. Además, la forma en que se retrata a esta mujer latina no se limita sólo a su propia imagen, sino que también moldea la identidad de toda América Latina.

Al consumir este contenido, queda claro que la representación de los latinos está envuelta en estereotipos prejuiciosos. Está claro que los latinos a menudo son retratados como traficantes de drogas, y las latinas como mujeres sensuales, temperamentales y egoístas, entre otras representaciones simplistas. Desafortunadamente, esto nos lleva a concluir que así es como la sociedad occidental en el Norte Global ve a los latinos. Si bien estos elementos son obvios, generalmente no molestan a la población latina, que se ha acostumbrado a ser retratada de esta manera. Aunque no estemos de acuerdo con las representaciones que se hacen, nosotros, los latinos, tampoco buscamos una representación más fiel a nuestra esencia.

Cuando profundizamos en la variedad de culturas de América Latina, nos damos cuenta de que es imposible retratarlas de una manera única. No es lo mismo un chileno que un brasileño, que no es lo mismo que un panameño. Las diferencias son profundas y derivan de los países colonizadores, de las diferentes situaciones financieras de cada país y de las costumbres creadas a lo largo de las últimas décadas.

Por lo tanto, la forma en que la prensa europea ve a América Latina puede describirse como, en su mayor parte, superficial y permeada por estos prejuicios y estereotipos. A menudo, las noticias que publican los medios europeos sobre América Latina son simplificadas y no toman en cuenta la complejidad y diversidad de la región.

La tendencia es centrarse en estereotipos negativos, como la violencia, la corrupción y la inestabilidad política, mientras que a menudo se descuidan temas como la cultura, el desarrollo social y económico y las contribuciones a la comunidad internacional.

El escritor y periodista colombiano Gabriel García Márquez⁴⁹, en su discurso en la premiación del Nobel de Literatura por el libro "Sien Años de Soledad" También aborda cómo las características positivas de la sociedad latinoamericana siempre son reemplazadas por grandes titulares estandarizados.

Los avances en la navegación que tanto han reducido las distancias entre nuestras Américas y Europa parecen haber aumentado nuestra distancia cultural [...]. ¿Por qué pensar que la justicia social que los europeos desarrollados intentan imponer en sus países no puede ser también un objetivo latinoamericano? americano, con métodos diferentes y en condiciones diferentes? No: la violencia y el dolor desmesurado de nuestra historia son el resultado de injusticias centenarias y de innumerables amarguras, y no de una confabulación tejida a tres mil leguas de nuestra patria (Marqués, 1982).

A pesar de parecer temas que probablemente se verían en el pasado, el racismo y la xenofobia hacia América Latina siguen siendo narrativas presentes en la prensa europea, pero de forma (no tan) velada. Un ejemplo de ello fueron los medios de comunicación españoles cuando retrataron con un pensamiento prejuicioso, racista y colonial el escándalo que involucra al jugador brasileño Vinícius Júnior, que juega en el Real Madrid, no sólo víctima del racismo durante el partido contra el Valencia, en el Campeonato de España, pero también en partidos posteriores, lo que pone de relieve la costumbre de realizar manifestaciones racistas por parte de varios aficionados del club español.

Los medios españoles decidieron invertir los papeles y convertir a la víctima en villano, culpando a Vinícius Júnior de provocar a la afición rival, incluso con pruebas de que el jugador estaba siendo insultado de forma racista. En España, Vinícius es visto como "una vergüenza para el fútbol", según afirmó el portavoz del Partido Socialista Obrero Español en Valencia, uno de los partidos más progresistas del país.

El "delito" del jugador de 22 años, nacido en São Gonçalo, Río de Janeiro, es celebrar sus goles con bailes. El baile de celebración de una persona negra se considera ofensivo, a pesar de que Brasil es reconocido mundialmente por su cultura danzaria. Sin embargo, cuando el jugador noruego de 22 años, Erling Haaland, con la misma visibilidad que el brasileño, pide a la afición contraria que "se calle", los

⁴⁹ El escritor colombiano Gabriel García Márquez nació el 6 de marzo de 1927 en Aracataca y falleció el 17 de abril de 2014 en la Ciudad de México. Inició sus estudios en la Universidad de Cartagena, donde recibió formación académica en Periodismo. En 1947 publicó su primer cuento, "La Hojarasca". Al año siguiente inició su carrera como periodista, colaborando con varias publicaciones sudamericanas.

medios lo celebra al eliminar Bayern Munich, un rival tradicional de su antiguo club, Borussia Dortmund.

Es una clara demostración de un acto injusto y deshonesto. Además, el acto de criticar a una persona negra por bailar es, en sí mismo, racista. Pero lo que realmente hace que los aficionados y los medios europeos sientan que Vinícius Júnior debe mucho más que Haaland es la forma en que ven a los jugadores latinoamericanos, en su mayoría negros, como simples mercancías.

Ada Silveira, reconocida autora del libro "La cobertura periodística de frontierinhos y favelados", ofrece una perspectiva sobre la forma en que los medios latinoamericanos, especialmente brasileños, abordan estas regiones. Destaca que la cobertura de estas zonas es similar a la de las favelas y regiones periféricas de América Latina, con el objetivo de alertar a la población sobre los peligros allí presentes. Sin embargo, Silveira también llama la atención sobre el hecho de que muchas de estas noticias provienen de agencias de noticias europeas, lo que resulta en una representación reduccionista de estos países, basada principalmente en la cultura de sus países de origen, caracterizando así un comportamiento etnocéntrico.

La investigación realizada por Thays Martins, publicada en la *Revista Brasileña de Desarrollo*, reveló un análisis del enfoque de los medios brasileños hacia América Latina. El estudio examinó en profundidad todas las novedades publicadas en 2017 en las revistas Veja y Carta Capital, dando como resultado una recopilación de 102 ediciones (52 de Veja y 50 de Carta Capital). Dentro de estas ediciones se encontraron 229 artículos en las secciones internacionales, pero sólo 35 de ellos trataban de algún país latinoamericano, lo que representa apenas el 15,2% del total.

Curiosamente, a lo largo de los artículos se cubrieron 44 países diferentes. Si bien la cobertura promedio por país es de apenas el 5%, Estados Unidos destacó con un impresionante 32% del total, mientras que Europa tuvo más del 45% de las historias. Sorprendentemente, los correspondientes a América Latina en su conjunto representaron sólo el 11% del total, destacando los datos ya publicados por el informe McBride.

Aún más sorprendente es que, de las 34 naciones latinoamericanas, sólo nueve fueron mencionadas en los 33 informes sobre la región. Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Venezuela, Paraguay, México y Uruguay fueron los países que recibieron cierta atención por parte de las dos revistas analizadas. Entre

ellos, Venezuela fue el país más cubierto, con 12 artículos, correspondientes al 33,3% del total.

Estos resultados revelan una clara disparidad en la cobertura mediática entre los países latinoamericanos y europeos, con una atención desproporcionada. Además, la falta de representación de varios países latinoamericanos sugiere una brecha en el enfoque periodístico de la región.

Un análisis de este tipo, que en este caso tomó a Brasil como demostración, puede demostrar cómo América Latina reproduce conceptos estandarizados de sí misma dictados por las grandes agencias internacionales occidentales. Además de dar mayor relevancia a temas vinculados a Europa a temas relacionados con su propia gente y, cuando necesitan abordar sus propios temas, reproducen la visión de los medios eurocéntricos.

Es evidente que la prensa europea tiende a retratar a América Latina de manera estereotipada, siguiendo patrones de titulares que muchas veces no reflejan la compleja y diversa realidad de la región. Esta reproducción mediática latinoamericana, a su vez, termina perpetuando estos estereotipos y contribuyendo a una visión distorsionada y simplificada del continente y su gente. Es fundamental que los medios de comunicación europeos sean más conscientes y responsables en su cobertura, buscando una representación más justa y equilibrada de América Latina.

Además, es importante que los propios medios latinoamericanos también sean más críticos con la reproducción de estos estereotipos, promoviendo una cobertura más contextualizada y profunda. Sólo así podremos romper con los patrones de representación establecidos y construir una visión más certera y respetuosa de América Latina.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS CUALITATIVAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EUROPEOS: 3 CASOS

En este capítulo exploraremos cómo la prensa europea aborda temas cruciales y relevantes en la política latinoamericana actual, que serán ejemplificados. Además de demostrar cómo éste es un factor importante en la formación de la opinión pública europea. Es importante resaltar que, dado que las principales agencias de noticias tienen su sede en Europa, llama la atención cómo se presentan los temas desde una perspectiva eurocéntrica, es decir, de qué manera los temas latinoamericanos pueden perjudicarlos, afectarlos, beneficiándolos siempre centrándose en el contexto europeo.

Los tres casos que se analizarán se basaron en cuatro importantes periódicos europeos: *Diário de Notícias*, de Portugal, *El País*, de España, *La Repubblica*, de Italia, y BBC, del Reino Unido.

3.1 CASO 1 – 50 AÑOS DEL GOLPE DE CHILE

El aniversario de 50 años, en 2023, del golpe militar en Chile⁵⁰ es un evento de significativa relevancia histórica y política. Los medios europeos, representada por cuatro fuentes de noticias, aborda ese tema con una variedad de tonos, perspectivas y enfoques. Los diferentes abordajes reflejan la complejidad del asunto y la diversidad de opiniones presentes en la sociedad chilena.

Las materias escogidas fueron:

- Portugal: *Diário de notícias* – “Costa en Chile en los 50 años del golpe que derribó la democracia de Allende”
- España: *El País* – “Crispado y sin consenso, Chile conmemora los 50 años del golpe de Estado de Pinochet “
- Italia: *La Repubblica* – “Cile, il golpe dell’11 settembre 50 anni dopo: si temono scontri con l’estrema destra”
- Reino Unido: BBC – “Chile marks military coup as divisions continue”

En el *Diário de Notícias*, de Portugal, para discutir el tema, informan sobre la idea de la presencia de Europa, en este caso Portugal, contra las dictaduras latinoamericanas, trayendo la participación del Primer Ministro portugués, António

⁵⁰ La dictadura militar en Chile se refiere al período de gobierno autoritario encabezado por Augusto Pinochet, que comenzó después del golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973, que derrocó al gobierno democráticamente elegido de Salvador Allende. La dictadura duró hasta 1990, cuando el país volvió a un régimen democrático.

Costa, en los actos 50 aniversario del golpe militar en Chile. Además, mencionan la evocación de las víctimas del Régimen de Pinochet y enfatizan el compromiso con los valores democráticos. De manera no tan implícita, describen cómo Europa participó para controlar la inestabilidad política ocurrida en el país y, con ello, reafirmar la superioridad occidental, de manera sutil.

Si bien la noticia está dirigida contra la dictadura, brinda información sobre la visita de António Costa a Chile y detalles de las ceremonias previstas, sin profundizar en un análisis exhaustivo de la realidad chilena. Incluso colocar una foto del Primer Ministro portugués como imagen principal de la noticia, demostrando que el foco de una noticia latinoamericana está en una figura europea.

Figura 1 – Foto del Primer Ministro portugués



Fuente: Diário de Notícias (2023).

Figura 2 – *Diário de Notícias*, Portugal

Fuente: *Diário de Notícias* (2023).

En el *El País*, de España, la noticia describe en detalle la división de la sociedad chilena en relación al golpe militar y que todavía hay una parte importante de la población apoyando o justificando el régimen de Pinochet. El artículo del diario español sugiere que la sociedad chilena “ha perdido la capacidad de dialogar y llegar a acuerdos”, destacando a lo largo del texto la fragilidad política de los gobiernos latinoamericanos posdictaduras y cómo el país es inestable económica y políticamente hablando. Usan términos como “fracaso” para referirse a los intentos de cambio en Chile.

La imagen principal del informativo retrata un momento de reflexión bajo las fotografías de las numerosas víctimas del golpe, frente a un país polarizado que tiene una parte de la población que justifica los actos, lo que complementa las palabras del texto para transmitir un cierto aire. de “indiferencia” de la población latinoamericana ante actos antidemocráticos y, implícitamente, reforzar cómo Europa está en contra de todo esto.

Figura 3 – Las numerosas víctimas del golpe



Fuente: *El País* (2023).

Figura 4 – *El País*, España

Fuente: *El País* (2023).

En Italia, el periódico *La Repubblica* describe las tensiones en Chile antes del 50º aniversario del golpe de Pinochet. Informa de los hechos sin tomar partido ni mostrar acuerdo o desacuerdo, presentando sólo una visión general de los hechos. Menciona vagamente la celebración del aniversario del golpe y la movilización social, pero no profundiza mucho en el análisis de las causas de las divisiones políticas. Sólo se centran en mostrar cuán frágil e inestable es la economía y la democracia del país y cómo reacciona la población chilena ante esto, reforzando

cómo buscan difundir entre la población europea lo que ya están acostumbrados (y quieren seguir haciéndolo) a leer y escuchar sobre América Latina.

La BBC, del Reino Unido, se aferra a adjetivos para informar sobre el clima político en Chile ante el aniversario del golpe y reporta sobre el golpe como “uno de” los problemas del país. “Divididos, tensos, polarizados” son palabras recurrentes en el texto para resaltar las divisiones de la sociedad chilena y el clima allí.

Utiliza el período convulso, durante la reforma constitucional chilena, para resaltar la falta de consenso entre los ciudadanos. La BBC también utiliza como base argumentativa la imagen de la bandera chilena siendo honrada, pero con tinte protestante, con el título: “La sociedad chilena continúa segmentándose”, con el objetivo de transmitir a los lectores la despreocupación y negligencia de la población en relación a ocurrido y, con ello, continúan con la intención de inferiorizar no sólo la política de América Latina sino también la irresponsabilidad de sus pueblos al respecto.

Figura 5 – Imagen de la bandera chilena recibiendo honores



Fuente: BBC (2023).

En los análisis realizados se vio que en ninguno de los artículos se priorizó retratar en detalle, con veracidad, la historia de Chile y la celebración por poder liberarse del período antidemocrático. Además de no haber retratado los intentos de reformas políticas por parte de la sociedad y los avances que lograron. Una divulgación superficial y, cuando más profunda, dirigida a resaltar el estereotipo de la

inestabilidad latinoamericana “siempre presente” y la irresponsabilidad de los latinos. Claramente, demostraron cómo Europa participó en el período en los intentos de restaurar la democracia y también cómo los europeos están en contra de todo lo que América Latina representa políticamente.

3.2 CASO 2 – ELECCIONES EN ARGENTINA

Las elecciones de 2023 en Argentina se destacan por su complejidad, polarización y significativas implicaciones económicas. El contexto económico, con propuestas de dolarización de la economía, es central. Alimentando la polarización argentina, Javier Milei⁵¹ representa el agente de cambio radical y Sergio Massa⁵² como alternativa moderada. Además de eso, las elecciones resaltan cambios en las alianzas políticas, simbolizan el deseo de renovación, pero también resaltan las contradicciones. Este complejo panorama refleja la difícil elección que enfrentan los votantes argentinos, afectando el futuro político y económico del país y del mundo, siendo la misma situación descrita, pero de diferentes maneras, por cada periódico europeo. En los periódicos analizados todos destacan las preocupaciones económicas de los argentinos y las consecuencias de ello, destacando la alta inflación y la creciente pobreza en el país. Generan desesperanza en la opinión pública, así como descontento con la clase política tradicional y preferencia por candidatos "disruptivos".

Las materias escogidas fueron:

- Portugal: *Diário de notícias* – “'Desesperança' argentina empurra eleitores para o candidato da rutura”
- España: *El País* – “Argentina: todo roto”
- Italia: *La Repubblica* – “Argentina, Sergio “pancake” Massa: ecco chi è il peronista moderato che ha fermato l’onda dell’ultradestra di Milei”
- Reino Unido : BBC – “Argentina presidential election: Javier Milei and Sergio Massa head for run-off vote”

En *el Diário de Notícias*, de Portugal, destacan, con esta palabra, la "desesperanza" de los argentinos por la inflación y la creciente pobreza. No dejan de

⁵¹Javier Gerardo Milei Es un economista, escritor y personalidad política argentina. Nació el 22 de octubre de 1971 en Buenos Aires. Milei ganó protagonismo principalmente por sus opiniones económicas liberales y su participación activa en la escena política y mediática de Argentina.

⁵² Sergio Massa, nacido en 28 de abril de 1972 en San Martín, Buenos Aires, Argentina, Es un destacado político argentino de diversa trayectoria. Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Nacional de San Martín, inició su carrera política en la década de 1990, asumiendo cargos en la administración pública de Tigre, ciudad de la provincia de Buenos Aires.

informar sobre los problemas económicos del país y los fracasos del actual gobierno. Durante el texto, muestran la oposición entre ambos candidatos y cómo esto implica hiperinflación en Argentina. En la imagen aportada por Diário de Notícias, el candidato Milei se presenta con una expresión de descontento hacia el candidato Massa, demostrando las consecuencias de la situación económica argentina y reafirmando la oposición entre ambos. Candidata Patricia Bullrich⁵³, de la imagen central poco se comenta, lo que le da al lector cierta insignificancia a sus propuestas y resalta la polarización que persiste en Argentina entre ambos candidatos.

Figura 6 – Candidatos argentinos



Fuente: Diário de Notícias.

⁵³ Patricia Bullrich, nacida en 11 de mayo de 1956 en Buenos Aires, Argentina, es una política argentina de amplia trayectoria en el panorama político del país. Licenciada en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, inició su carrera política en el movimiento estudiantil durante los años 1970.

Figura 7 – *Diário de Notícias*, Portugal

Fuente: Diário de Notícias.

En *El País*, de España, el tono de la noticia es más crítico y reflexivo, con un toque de ironía. Destaca las contradicciones en las alianzas políticas. Menciona el lema de Javier Milei, "que se vayan todos", que expresa indignación contra la clase política argentina, y señala las frustraciones de quienes apoyaron a Milei por su postura antisistema al verlo aliado con políticos previamente criticados.

Con su análisis más crítica a gobiernos latinoamericanos, *El País* refuerza la fragmentación y la falta de inteligencia política en América Latina y cómo el radicalismo ha estado presente y preferido en los gobiernos de la región. Con esto, la imagen presentada establece a Massa como aprensivo, demostrando aprensión ante la posibilidad de que el radicalismo tenga más espacio en América Latina, a diferencia de Massa, de apariencia tranquila.

Figura 8 – Massa y Milei desde la perspectiva de *El País*



Fuente: El País (2023).

Figura 9 – *El País*, España



Fuente: El País (2023).

En el Periódico *La Repubblica*, de Italia, muestra implícitamente cómo el último gobierno argentino fue un fracaso y cómo esto es recurrente no sólo en el país, sino también en el continente. Con esto, presentan a Sergio Massa como la alternativa del país, al ser un "peronista moderado" que se enfrentó a la ultraderecha representada por Milei y resaltan su capacidad para reunir apoyos.

También menciona expectativas sobre el final del Kirchnerismo⁵⁴, criticado, analizando su personalidad y las cualidades que lo llevaron al éxito electoral. La

⁵⁴ El kirchnerismo se refiere al movimiento político y las políticas asociadas con los presidentes argentinos Néstor Kirchner (2003-2007) y su esposa, Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

fotografía de Massa es la única retratada en el artículo, sin incluir una imagen de Milei, mostrando cierto apoyo del diario a Massa y, demostrando, de manera sutil, que les gustaría un cambio en la política argentina.

Figura 10 – Sergio Massa desde la perspectiva de *La Repubblica*



Fuente: *La Repubblica* (2023).

Figura 11 – Diario *La Repubblica*, da Itália



Fuente: *La Repubblica* (2023).

En la BBC, del Reino Unido, el artículo sobre el tema califica los resultados electorales de inesperados. El artículo destaca la sorpresa sobre los resultados de las elecciones y cómo Sergio Massa superó las expectativas, ya que, para el conjunto de Europa, América Latina tiende a elegir candidatos que presentan inestabilidad en sus discursos y son más radicales.

El contexto económico de Argentina, con altas tasas de inflación, es un punto clave en este artículo de la BBC, señalando las posturas opuestas de Massa y Milei al respecto y la necesidad de conciliar las divisiones en el país. Las figuras que

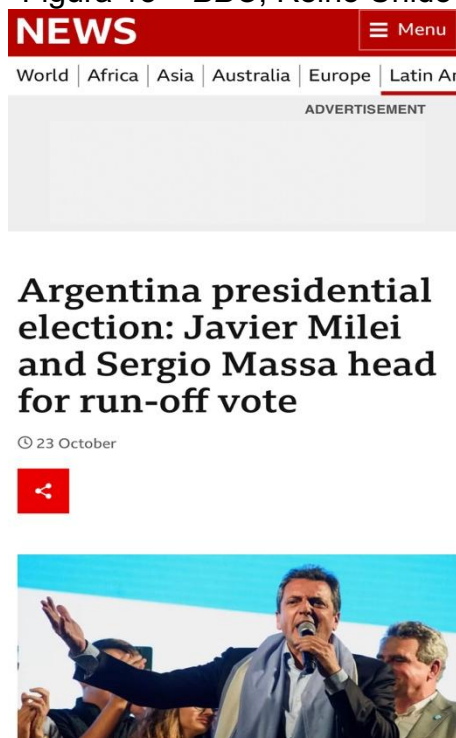
exhibe el vehículo buscan establecer un contraste a través de la forma en que los candidatos pronuncian sus discursos. Y, al igual que La Repubblica, dejan la imagen de Massa como principal en el asunto, como superior a Milei.

Figura 12 – Massa y Milei desde la perspectiva de la *BBC*



Fuente: BBC (2023).

Figura 13 – BBC, Reino Unido



Fuente: BBC (2023).

Los cuatro artículos analizan y, en cierta medida, refuerzan percepciones vinculadas a la política argentina. El candidato Javier Milei emerge como la personificación del candidato antisistema, que busca desafiar el orden establecido. Se le presenta como alguien que expresa la insatisfacción generalizada del electorado argentino con la clase política tradicional, que, a sus ojos, es responsable de la prolongada crisis económica del país. A Milei, un economista "libertario", a menudo se le asocia con ideas radicales como la dolarización de la economía y el fin del Banco Central de Argentina. Estas características, alimentadas por las audaces promesas de Milei, no sólo dan forma a la imagen de Milei, sino que refuerzan que Milei es la encarnación de uno de los estereotipos que Europa tiene sobre la política latina.

Por el contrario, Sergio Massa es retratado como un "peronista moderado". El énfasis está en su intento de presentar una alternativa al kirchnerismo, una ideología a menudo asociada con la izquierda radical y el populismo, un estereotipo también muy presente en América Latina.

Estas estandarizaciones de enfoque en los textos tienen un impacto significativo en la formación de la opinión pública, reforzando cómo Europa ya pensaba sobre la inestabilidad política del continente y cómo continúan influyendo

en la forma en que seguirán pensando sobre la polarización, la pobreza y el populismo latinoamericano.

3.3 CASO 3 - 8 DE ENERO (INTENTO DE GOLPE EN BRASIL)

En 8 de enero de 2023 En Brasil se produjo un intento de golpe de Estado en el que participaron miles de partidarios del expresidente Jair Messias Bolsonaro⁵⁵. Los manifestantes, que creían que las elecciones presidenciales de octubre de 2022 habían sido manipuladas, invadieron el Congreso Nacional, el Tribunal Supremo Federal y el Palacio do Planalto en Brasilia. Esto sucedió una semana después de la toma de posesión del nuevo presidente electo, Luiz Inácio Lula da Silva⁵⁶.

Las materias seleccionadas para ser analizadas en el caso fueron:

- Portugal: *Diário de notícias* – “Invasões em Brasília serão investigadas no Congresso”
- España: *El País* – “Miles de partidarios de Bolsonaro asaltan el Congreso, la Presidencia y el Supremo de Brasil”
- Italia: *La Repubblica* – Brasile, ministro della Giustizia: "Circa 1500 arresti". Bolsonaro in ospedale negli Usa. Biden invita Lula a Washington: "Sostegno incrollabile"
- Reino Unido: BBC – “Brazil Congress storming: How did we get here?”

En *el Diário de Notícias*, de Portugal, el tono del artículo es de preocupación, enfatiza las teorías de conspiración que circulan en las redes sociales, pero también la necesidad de responsabilizar a los involucrados y sugiere que el gobierno y la oposición están utilizando la situación para fortalecer sus posiciones políticas. Además, utilizan fuertes adjetivos para dirigirse a los brasileños presentes allí, como “vándalos”. La imagen principal del periódico es la que muestra a los “vándalos”, como ellos mismos los mencionan, ingresando al Congreso con los colores y banderas de Brasil, lo que destaca por el público que los autores de lo ocurrido son

⁵⁵ Jair Messias Bolsonaro, nacido el 21 de marzo de 1955 en Glicério, São Paulo, es un militar y político de reserva brasileño. Su carrera política comenzó en 1988, cuando fue elegido concejal en Río de Janeiro por el Partido Demócrata Cristiano (PDC). Bolsonaro ha pasado por diferentes partidos a lo largo de los años, incorporándose al Partido Progresista (PP), al Partido Laborista Brasileño (PTB) y, finalmente, al Partido Social Liberal (PSL), con el que postuló y ganó la presidencia en 2018.

⁵⁶ Luiz Inácio Lula da Silva, conocido como Lula, nació el 27 de octubre de 1945 en Caetés, municipio de Garanhuns, en el estado de Pernambuco, Brasil. En 2002, después de tres intentos fallidos, fue elegido Presidente de Brasil, iniciando su primer mandato en 2003. Fue reelegido en 2006, cumpliendo dos mandatos consecutivos.

brasileños y que se sienten orgullosos de hacerlo para mantener la “estabilidad” de la política del país, con radicalismo y golpes.

Figura 14 – El 8 de enero desde la perspectiva del *Diário de Notícias*, de Portugal



Fuente: *Diário de Notícias* (2023).

Figura 15 – *Diário de Notícias*, de Portugal



Fuente: *Diário de Notícias* (2023).

La noticia de *El País* denuncia lo sucedido. Destaca la invasión y la exigencia de intervención militar por parte de extremistas, abordando la invasión como una amenaza a la democracia y que esta no sería la primera amenaza que Brasil

enfrenta, reforzando la imagen que el país y el continente tienen en Europa: inestabilidad. Fragilidad y radicalismo político. También reproducen términos como "fanáticos fascistas" y denuncian acusaciones de que Bolsonaro, "el propio presidente en ese momento", alentó a los manifestantes, describiendo que incluso el líder del país está de acuerdo con actos antidemocráticos. El artículo muestra la historia de la polarización política en Brasil, cómo ésta contribuyó a la invasión y enfatiza la gravedad del ataque y la necesidad de castigo. Al igual que *Diário de Notícias*, *El País* tiene en portada la imagen de brasileños entrando orgullosos al Congreso.

Las noticias de *La Repubblica* informan sobre el número de arrestos y la respuesta de las autoridades, destacando la detención de manifestantes y la reacción del presidente Lula. Presentan la historia de los acontecimientos que precedieron y siguieron al 8 de enero, reforzando cómo el país ya estaba siguiendo un fuerte movimiento para que esto sucediera y cómo reaccionó cuando realmente sucedió, mostrando que una gran parte todavía estaba de acuerdo. Dentro de esta historia, presentaron la reacción de Europa ante esto, cómo las autoridades y gobernantes estaban en contra de lo que está sucediendo en Brasil y América Latina, que siguen siendo políticamente inestables. Con esto, refuerzan cómo se ven a sí mismos como superiores y más "avanzados".

La imagen principal presentada es un vídeo de un periodista italiano que analiza el 8 de enero y compara el populismo europeo con el populismo italiano. "El populismo en Europa, que también tenemos, no utiliza la violencia, el de ellos sí". Esta frase reproduce uno de los estereotipos más fuertes no sólo en Brasil, sino en toda América Latina: la violencia.

Figura 16 – *La Repubblica*, de Italia, y el 8 de enero

Fuente: *La Repubblica* (2023).

El tono de las noticias de la BBC es más analítico y explora las razones detrás de la invasión. La noticia explora la división política en Brasil y destaca cómo la invasión es una manifestación de este descontento. En el título del artículo hay una pregunta, “¿Cómo llegamos a este punto?”, demostrando la indignación del periódico y transmitiendo al lector el caos que hay en Brasil, análisis también hecho por la imagen, que es de los brasileños. quienes invadieron el Congreso durante la policía reaccionaron con gases para evitar que continuaran los actos. Además de la imagen de desgaste de la gente, además de la imagen de desgaste de la gente, la bandera brasileña está rasgada, hecho que demuestra la destrucción que hay en el país.

Un patrón notable que impregna todas las noticias sobre la invasión del Congreso brasileño es el “extremismo político”. En estos relatos, los manifestantes involucrados en la invasión son retratados como fanáticos radicales que desafían el orden democrático. Esto pone de relieve la preocupación por el aumento de grupos radicales en Brasil y sus consecuencias para la estabilidad del sistema democrático global.

Otro contenido predominante es el de “polarización política”. Todas las noticias mencionan desde hace años la polarización política en Brasil como un estereotipo del país, comparando los discursos de Lula y Bolsonaro. Estas comparaciones hechas por los periódicos transmiten la imagen de que los discursos políticos no sólo moldean las opiniones de los votantes en América Latina, sino que

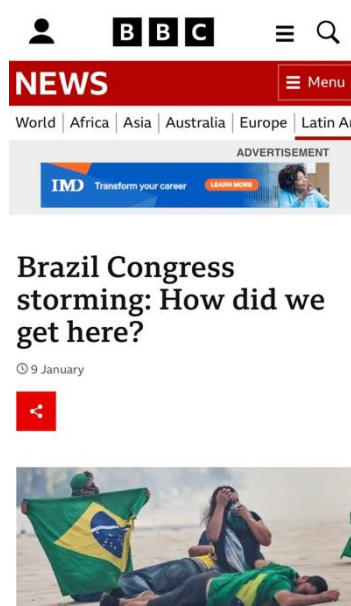
son como una fuerza impulsora detrás de la creciente tensión y los acontecimientos perturbadores en América Latina.

Figura 17 – El extremismo político a través de la *BBC*



Fuente: BBC (2023).

Figura 18 – “¿Como hemos llegado a este punto?”



Fuente: BBC (2023).

Con esto se advierte que, a pesar de ser implícita, la exposición de América Latina en los medios europeos está centrada en sí misma. Los casos anteriores, por ejemplo, fueron explorados en los periódicos con el objetivo de mostrar lo que esto podría implicar para Europa o también cómo se posiciona al respecto, para reafirmar que el “Viejo Continente” sigue por delante de sus antiguas colonias, que en América Latina América, quedan el caos, la violencia, la inestabilidad, la pobreza, las mismas características que, según ellos, encontraron aquí cuando llegaron las navegaciones.

Cuando solo traen el contexto de inflación en Argentina, o explican brevemente la situación de Chile, pero resaltan en qué se contraponen a todo esto y en qué se diferencian de esa región, podemos comprobar el eurocentrismo que sigue presente en el prensa europea y cómo ésta impacta en la formación de estereotipos de los latinoamericanos y de toda América Latina, además de reafirmar el dualismo de civilizados e incivilizados.

Los medios de comunicación, ocupando una posición privilegiada, logran crear realidades fragmentadas, o la realidad que les gustaría que viera su audiencia, e imponen imágenes que se establecen e institucionalizan como verdades para la sociedad, promoviendo interpretaciones hegemónicas la mayor parte de las veces. Esto es parte de una construcción social de la realidad, producida por los medios de comunicación, como afirma el Prof. Dr. Rodrigo Browne ⁵⁷ y la Prof. Dra. Constanza Yañez⁵⁸, que auxilian en el análisis:

La construcción social de la realidad trae consigo ideologías dominantes como armas de intereses sociales y económicos, interviniendo en todo el ámbito sociocultural e, inevitablemente, en las relaciones comunicativas [...] podemos observar que se promueven estereotipos y prejuicios con el fin de potenciar la institucionalización de una identidad y la alteridad (Browne; Yañez, 2012, p.177).

Además, plantean cómo un estudio crítico es capaz de desentrañar y revelar ciertas estrategias mediáticas en relación con la alteridad, ya que muchas de las distorsiones que reproducen los discursos periodísticos se presentan de manera sutil e implícita.

⁵⁷ Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla (España). Actualmente es profesor del Instituto de Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile.

⁵⁸ Académica de la Facultad de Humanidades, UCN. Licenciatura en Comunicación Social, Periodista, Master en Comunicación. Doctora en Ciencias Humanas, Mención Discurso y Cultura, Universidad Austral de Chile.

4 CONSIDERACIONES FINALES

Es evidente que la relación entre colonizador y colonizado, entre Europa y América Latina, trasciende los aspectos geopolíticos y territoriales, extendiéndose al ámbito de la información y los medios de comunicación, punto de vista principal de esta investigación. Al estudiar el surgimiento y funcionamiento de los medios de comunicación en el contexto histórico analizado, se percibió que el principio de la "prensa" se dio en conjunción con el poder y los intereses políticos y económicos, impulsados por el período colonial, generando consecuencias duraderas en la forma en que Estados Unidos Latina fue retratada y entendida en Europa. En este sentido, la difusión de noticias jugó un papel fundamental en la formación de estereotipos sobre la región, perpetuando imágenes distorsionadas y discriminatorias, que fueron moldeadas por los primeros europeos que pisaron aquí.

También se destacó durante la investigación que hoy en día es evidente la monopolización de los medios de comunicación, que terminan dictando conflictos según sus intereses, de la misma manera que se hacía en los inicios de las agencias internacionales, cuando propagaban nuevos descubrimientos del Nuevo Mundo. Mundo. Al presentar una perspectiva completamente occidental, los medios influyen en la narrativa y moldean la percepción de la audiencia, creando conceptos y estereotipos engañosos sobre las personas y los temas. Desafortunadamente, las noticias y la información son tratadas como mercancías negociables por los grandes grupos de medios, un problema que afecta la relación entre América Latina y Europa.

Es importante resaltar que estos estereotipos son reproducidos por los medios de comunicación tanto europeos como latinoamericanos, influyendo negativamente en las relaciones comerciales de América Latina con el resto del mundo. En nuestro estudio abordamos la relación mediática entre Europa y América Latina, lo que se conoció en la época medieval hasta la colonización y la creación de estereotipos sobre el continente. También exploramos el desarrollo de las agencias de noticias internacionales y cómo los descubrimientos en Estados Unidos influyeron en la visión que estas agencias presentan al mundo. Además, analizamos los conglomerados mediáticos actuales y cómo son controlados por las principales agencias internacionales, explicando la estandarización de los medios europeos a la hora de difundir temas latinoamericanos de forma simplificada y estereotipada, lo cual fue analizado cualitativamente y comprobó que la exposición de la región en los

medios europeos es sutilmente egocéntrica, aunque implícitamente, y siempre persiste en los simples y mismos estereotipos que el mundo entero reproduce sobre América Latina: corrupción, violencia, inestabilidad y debilidades de la región y su gente.

Con esto, queda claro, de hecho, que no existe un final predeterminado para esta investigación. En un mundo utópico, diríamos "para promover la reflexión crítica sobre las narrativas de los medios, necesitamos buscar un enfoque más equilibrado y justo para la difusión de información entre estos dos continentes y que, sólo así, podremos superar las barreras y prejuicios establecidos en el pasado y construir una relación más justa y equitativa entre Europa y América Latina".

Sin embargo, siendo esto una irrealidad, el propósito de esta investigación fue demostrar que la identidad que se reproduce en el pueblo latinoamericano hasta el día de hoy no es más que fruto de la perspectiva del primer europeo que pisó el continente y que, a través de la prensa, fue difundida y se convirtió en una "verdad absoluta".

Que este tema aquí retratado, no necesariamente esta investigación, pueda ser tema de discusión no sólo entre académicos o partes interesadas, y tal vez algún día abordado y debatido entre las nuevas generaciones europeas y latinoamericanas desde temprana edad – pero seguimos siendo así una idea utópica.

REFERENCIAS

ABBEVILLE, Claude. **Histoire de la mission des pères capucins en l'isle de Marignan et terres circonvoisines**. Cidade: Ed., 1614.

AGUIAR, Pedro. **Agências de Notícias do Sul Global: jornalismo, Estado e circulação da informação nas periferias do sistema-mundo**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

AGUIAR, Pedro. Breve História das Agências de Notícias Estrangeiras no Brasil. GT História do Jornalismo. *In*: Encontro Regional Sudeste de História da Mídia, 6., 2020, Niterói. **Anais [...]** Niterói: UFF, 2020.

AGUIAR, Pedro. Mapeamento de Agências de Notícias: localização de correspondentes e escritórios das principais empresas do setor. *In*: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40., 2017, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UERJ, 2017.

ARGENTINA presidential election: Javier Milei and Sergio Massa head for run-off vote. **BBC News**, 23 out. 2023.

BOORSTIN, Daniel J. **Los descubridores**. Barcelona: Editorial Crítica, 2006

BROWNE, Rodrigo Sartori; DUAMANTE, Constanza Yáñez. COMUNICACIÓN INTERCULTURAL MEDIADA: CONSTRUCCIÓN DE REALIDAD A TRAVÉS DE UN ANÁLISIS CRÍTICO Y COMPLEJO DE LOS DISCURSOS PERIODÍSTICOS ENTRE CHILE Y PERÚ. **Alpha (osorno)**, n. 34, p. 173–196, 1 jul. 2012.

BROWNE, Rodrigo; YÁÑEZ DUAMANTE, Constanza; PALACIOS ROZAS, Javiera. Análisis Crítico y Complejo de los discursos periodísticos verbosvisuales entre Bolivia y Chile en el contexto de la demanda por la soberanía marítima boliviana. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, n. 22, p. 209–224, 2016.

CABRERA, Daniel. **Imaginario social, comunicación e identidad colectiva**. 2004.

CHILE marks military coup as divisions continue. **BBC News**, 11 set. 2023.

COOPER, Kente. Barriers down; The story of the news agency epoch. **Kennikat Press; Facsimile**, 1970.

DOMINGUES, Ângela. Notícias do Brasil colonial a imprensa científica e política a serviço das elites, Portugal: Brasil: Inglaterra, **Varia hist.**, v. 22, p. 150–174, 2006.

FAHMY, Shahira. “Emerging or traditional news gates: which news sources were used to picture the 9/11 attack and Afghan war?” **International Communication Gazette**, Londres, v. 67, p. 381-398, 2005.

FILHO, João Freire; HERSCHMANN, Micael; PAIVA, Raquel. Rio de Janeiro: estereótipos e representações midiáticas. **E-Compós**, v. 1, 1 jan. 1970.

FONSECA, Thais Nívea de Lima. SERGE GRUZINSKI E AS DINÂMICAS CULTURAIS NA AMÉRICA COLONIAL. **CULTURA HISTÓRICA & PATRIMÔNIO**, v. 2, n. 1, p. 60–71, 31 dez. 2013.

FRÉZIER, Amédée François; HALLEY, E. **A Voyage to the South-sea, and Along the Coasts of Chili and Peru, in the Years 1712, 1713, and 1714**. London: Printed for Jonah Bowyer, 1717.

GÓES, Laércio Torres de. **Relatório McBride – 30 anos: concentração midiática, mídia alternativa e Internet**. Universidade Federal da Bahia.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1978.

GRUZINSKI, Serge. **A colonização do imaginário**. São Paulo: Ed. Schwarcz, 1998.

HERRING, Hubert Clinton; HERRING, Helen Baldwin. **A history of Latin America, from the beginnings to the presente**. New York: Knopf, 1968.

JEAN de Léry. **Histoire d'un voyage faict en la terre du Brésil**. France: Le Livre de Poche, 1994.

JIMÉNEZ, Pablo; RAMPAZZO, Lino. A bioética latino-americana: historicidade, atualidade e operacionalização do conceito. **Revista de Direito Brasileira**, v. 17, n. 7, p. 261, 26 set. 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling . **Fluxos informativos e culturais entre a América Latina e a Europa Ibérica Information and cultural flow between Latin America and Iberian Europe**. 1993. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/000867196.pdf>. Acesso em: 29 set. 2023.

LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. Lavergne: Greenbook Publications, 1922.

LUCKESI, Cipriano Carlos. **Avaliação da aprendizagem escolar**. São Paulo: Cortez, 1994.

MACBRIDE, Sean. **Many Voices, One World Towards a New, More Just, and More Efficient World Information and Communication Order**. THE MACBRIDE COMMISSION. 1980.

MARTIN, G. Narrative since 1920. In: BETHEL, L. (org.). **A Cultural History of Latin America: Literature, Music and Visual Arts in the 19th and 20th Century**. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

MARTINS, Thays; BELISÁRIO, Kátia. Maria. A Representação da América Latina na mídia Brasileira: Análise de conteúdo das editoriais internacionais das revistas Veja e Carta Capital – A Venezuela na mídia. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 7, p. 42402–42415, 2020.

MOLINA, Matias. **A história dos jornais no Brasil**. 2015.

MORSE, Richard M. The Multiverse of Latin American Identity, c. 1920-c. 1970. *In*: BETHEL, Leslie. **The Cambridge History of Latin America**, v. 10, p. 1-129. New York: Cambridge University Press, 1995.

MORSE, Richard M. **The Urban Development of Latin America, 1750-1920**. Edited by Richard M. Morse. Introductory and Concluding Chapters by Richard M. Morse and William P. McGreevey. Center for Latin American Studies. Palo Alto: Stanford University, 1971.

PELLEGATTI, Marcos Henrique Scarpin. **ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NA AMÉRICA LATINA: ANÁLISE DA COBERTURA DA FOLHA DE S. PAULO NO PERÍODO 2020-2021**. 2022.

POLO, Marco. **O livro das maravilhas: a descrição do mundo**. Porto Alegre: L&Pm, 1999.

QUEVEDO, Mariana. **Introdução aos Sistemas Internacionais de Comunicação**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

QUEVEDO, Mariana. **O PECADO DOS SISTEMAS INTERNACIONAIS DE INFORMAÇÃO**. Centro interdisciplinar de semiótica da cultura e da mídia. 2002.

RANGEL BATISTA, Roberta; BONOMO, Mariana. Social representations of immigration and immigrants in Spanish, Italian and Portuguese media. **Quaderns de Psicologia**, v. 19, n. 3, p. 211, 22 dez. 2017.

SALINAS, Raquel. **Agencias transnacionales de informacion y el tercer mundo**. Quito: Editorial the Quito times, 1984.

SERRANO, Pascual. **Desinformación Cómo los medios ocultan el mundo**. Barcelona: EDICIONES PENÍNSULA, 2009.

SILVA, Andrée Mansuy Diniz. Introdução. *In*: ANTONIL, André João. **Cultura e opulência do Brasil por suas drogas e minas**. Lisboa: Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos Portugueses, 2001.

SILVEIRA, Ana Cristina Machado da. A cobertura jornalística de fronteiriços e favelados -narrativas securitárias e imunização contra a diferença. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 35, n. 1, p. 75–92, 2012.

SOUTHEY, Robert. **The Life and Correspondence of Robert Southey**. New York: Wentworth Press, 2019.

THEVET, André. **Les Singularitez de la France antarctique, autrement nommée Amerique: & de plusieurs terres & isles decouvertes de nostre temps**. Chez les heritiers de Maurice de la Porte, au Clos Bruneau, à l'enseigne S. Claude, 1558.

TREVISAN, Amarildo Luiz; TOMAZETTI Elisete Medianeira (org.). **Cultura e alteridade: Confluências**. Ijuí: Ed. 2006.

Webgráficas

ARGENTINA, Sergio “pancake” Massa: ecco chi è il peronista moderato che ha fermato l’onda dell’ultradestra di Milei. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/10/23/news/sergio_massa_chi_e_elezioni_argentina-418569525/. Acesso em: 30 out. 2023.

BRASILE, Lula: “Atti terroristici, vandalici, criminosi. Il Paese ha bisogno di normalità”. Nyt: “Bolsonaro è a Orlando in una casa affittata per un mese”. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/01/09/diretta/url_brasile_assalto_parlamento_bolsonaro_lula-382663250/. Acesso em: 30 out. 2023.

BRAZIL Congress storming: How did we get here? **BBC News**, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-64206220>. Acesso em: 30 out. 2023.

BRAZIL Congress storming: How did we get here? **BBC News**, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-64206220>. Acesso em: 30 out. 2023.

CHILE: 50 anos após golpe militar, sociedade está desorientada, diz sociólogo. **BBC News Brasil**, 7 set. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cp3r4dyxzpgg>. Acesso em: 30 out. 2023.

CILE, il golpe dell’11 settembre 50 anni dopo: si temono scontri con l’estrema destra. **La Repubblica**. Disponível em: https://www.repubblica.it/esteri/2023/09/10/news/cile_eventi_50_anni_golpe-413997776/. Acesso em: 30 out. 2023.

COSTA no Chile nos 50 anos do golpe que derrubou democracia de Allende. . **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/politica/costa-no-chile-nos-50-anos-do-golpe-que-derrubou-democracia-de-allende-16989623.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

“DESESPERANÇA” argentina empurra eleitores para o candidato da rutura. **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/desesperanca-argentina-empurra-eleitores-para-o-candidato-da-rutura-17208346.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

FERNÁNDEZ, Patricio. Argentina: todo roto. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/argentina/2023-10-30/argentina-todo-roto.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

GORTÁZAR, Naiara. Galarraga. Miles de partidarios de Bolsonaro asaltan el Congreso, la Presidencia y el Supremo de Brasil. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/internacional/2023-01-08/cientos-de-partidarios-de-bolsonaro-invaden-el-congreso-de-brasil.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

INVASÕES em Brasília serão investigadas no Congresso. **Diário de Notícias**. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/invasoes-em-brasilia-serao-investigadas-no-congresso-16262489.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

IPS: meio século de luta contra o subdesenvolvimento. **Opera Mundi**. Disponível em: <https://dialogosdosul.operamundi.uol.com.br/ips/51216/ips-meio-seculo-de-luta-contra-o-subdesenvolvimento>. Acesso em: 1 nov. 2023.

JUAN Laborda: Euro-BRICS, a oportunidade perdida da Europa. **Opera Mundi**. Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/opiniao/82637/euro-brics-a-oportunidade-perdida-da-europa>. Acesso em: 29 set. 2023.

LATOUCHE, Serge. Descolonização do imaginário. **Verbetes 16**. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/orghorizontal/wp-content/uploads/2022/09/descolonizacao.pdf>. Acesso em 29 set. 2023.

LIMA, T. O estereótipo latino. **Canal da Imprensa**. Disponível em: <https://canaldaimprensa.com.br/o-estereotipo-latino/>. Acesso em: 29 set. 2023.

MANCE, Euclides André. Sobre a Identidade Latino-Americana. Disponível em: <https://solidarius.net/mance/biblioteca/identidade.htm>. Acesso em: 29 set. 2023.

MEDIOS de comunicación en crisis. **Le Monde diplomatique en español**. Disponível em: <https://mondiplo.com/medios-de-comunicacion-en-crisis>. Acesso em: 2 nov. 2023.

MONTES, Rocío. Crispado y sin consenso, Chile conmemora los 50 años del golpe de Estado de Pinochet. **El País**. Disponível em: <https://elpais.com/chile/2023-09-11/chile-conmemora-los-50-anos-del-golpe-de-estado-de-pinochet-en-un-clima-de-gran-polarizacion-politica.html>. Acesso em: 30 out. 2023.

NAÇÕES UNIDAS. UNICEF. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>.

NEWS agency dominance in international news on the internet. Disponível em: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=vC92RtgAAAJ&citation_for_view=vC92RtgAAAJ:u-x6o8ySG0sC. Acesso em: 2 nov. 2023.

O'NEILL, Jim. ¿Significa algo un BRICS ampliado? **El País**. Disponível em: https://elpais.com/economia/negocios/2023-09-24/significa-algo-un-brics-ampliado.html?rel=buscador_noticias. Acesso em: 29 set. 2023.

PELLEGATTI, Marcos Henrique Scarpin. **ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NA AMÉRICA LATINA: ANÁLISE DA COBERTURA DA FOLHA DE S. PAULO NO PERÍODO 2020-2021**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Departamento de Ciências da Comunicação, Universidade Federal De Santa Maria, Frederico Westphalen, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/28045/Pellegatti_Marcos_Henrique_Scarpin_2022_TCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 29 set. 2023.

POR QUE Europa agora tem pressa para se reaproximar de Brasil e América Latina. **G1**. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/07/17/por-que-europa-agora-tem-pressa-para-se-reaproximar-de-brasil-e-america-latina.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2023.

SOUZA, Renato. Vini Jr.: O racismo atual na Europa é servido no prato da xenofobia. **Brasil de Fato**. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/05/24/vini-jr-o-racismo-atual-na-europa-e-servido-no-prato-da-xenofobia>. Acesso em: 29 set. 2023.

TRANSFORMAR negros em commodity resulta em racismo. **Open Democracy**. Disponível em: <https://www.opendemocracy.net/pt/jogador-brasileiro-commodity-europa-resultado-racismo/>. Acesso em: 29 set. 2023.