



ESCOLA DE COMUNICAÇÃO,
ARTES E DESIGN
FAMECOS

REVISTA FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 28, p. 1-13, jan.-dez. 2021

e-ISSN: 1980-3729 | ISSN-L: 1415-0549

<https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.39148>

MÍDIA E CULTURA

O Brasil na perspectiva latino-americana: uma análise de cobertura da rede integracionista TeleSUR

Brazil in the latin american perspective: a coverage analysis of the integrationist TeleSUR Network

Brasil en la perspectiva latinoamericana: un análisis de cobertura de la red integracionista TeleSUR

Erivelto Amarante¹

orcid.org/0000-0003-4158-3444
novo.eri@gmail.com

Izani Mustafá²

orcid.org/0000-0003-1229-6171
izani.mustafa@gmail.com

Recebido em: 15 set. 2020.

Aprovado em: 1 jun. 2021.

Publicado em: 20 ago. 2021.

Resumo: A rede TeleSUR surgiu em 2005 como uma alternativa comunicacional contra-hegemônica para a América Latina. Com o lema "Nosso norte é o Sul", o canal de notícias tem como perspectiva a integração dos países da região. Sendo assim, nosso objetivo é entender como o Brasil é apresentado na cobertura da rede pan-regional. Para isso, analisamos 462 notícias publicadas no portal do canal que mencionam a palavra "Brasil". A coleta foi feita entre os meses de abril e agosto de 2020. Entre as categorias analisadas estão a periodização, editoriais, assuntos específicos, distribuição geográfica e atores políticos mencionados. O resultado indicou que a TeleSUR repercute principalmente assuntos políticos sobre o Brasil, que envolvem o governo federal e a oposição. Os povos indígenas e movimentos sociais também ganharam bastante espaço no noticiário.

Palavras-chave: TeleSUR. América Latina. Integração regional.

Abstract: The TeleSUR network emerged in 2005 as a counter-hegemonic communication alternative for Latin America. With the motto "Our north is the South", the news channel has the perspective of integrating the countries of the region. Our objective is to understand how Brazil is presented in the news coverage of the pan-regional network. For this, we analyzed 462 news items published on the channel's portal that mention the word "Brazil". The collection was carried out between April and August 2020. Among the categories analyzed are periodization, specific subjects, geographic distribution and political actors mentioned. The result indicated that TeleSUR broadcasts mainly political issues about Brazil and that involve the government and the opposition. Indigenous peoples and social movements have also gained considerable space in the news.

Keywords: TeleSUR. Latin America. Regional integration.

Resumen: La red TeleSUR surgió en 2005 como una alternativa de comunicación contrahegemónica para América Latina. Con el lema "Nuestro Norte es el Sur", el canal de noticias tiene la perspectiva de integrar a los países de la región. Por tanto, nuestro objetivo es entender cómo se presenta Brasil en la cobertura de la red panregional. Para ello, analizamos 462 noticias publicadas en el portal del canal que mencionan la palabra "Brasil". La recolección se realizó entre abril y agosto de 2020. Entre las categorías analizadas se encuentran la periodización, editoriales, temas específicos, distribución geográfica y actores políticos mencionados. El resultado indicó que TeleSUR afecta principalmente temas políticos sobre Brasil, que involucran al gobierno federal y la oposición. Los pueblos indígenas y los movimientos sociales también han ganado un espacio considerable en las noticias.

Palabras clave: TeleSUR. América Latina. Integración regional.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil.

² Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Imperatriz, MA, Brasil.

Introdução

Os meios de comunicação de massa na América Latina são dominados em grande parte por conglomerados privados de mídia que têm laços estreitos com o Norte global. Muitos desses veículos baseiam-se na acumulação de lucro e têm em comum interesses políticos, econômicos e ideológicos (BECERRA, 2017; CABRAL, 2015). A existência de grupos de mídia capitalistas nas regiões do Sul, como as redes Televisa, Globo e CNN em Espanhol, ajudou a moldar uma ideologia consumista e capitalista nessas localidades (MORAES, 2013). A mídia do Norte exportou valores ocidentais, especialmente para sociedades periféricas. Assim, os países latino-americanos tornaram-se mais dependentes dos países centrais, especialmente dos Estados Unidos (SANTOS, 2019).

O fenômeno da americanização ou ocidentalização está associada muitas vezes ao alto custo da produção midiática, que inviabiliza que os países periféricos desenvolvam plenamente suas produções locais. Em vez disso, as emissoras recorrem a produções baratas e já finalizadas, geralmente de países centrais, especialmente no que diz respeito aos filmes e às séries de televisão. Para Bidarra *et al.* (2018), na América Latina ocorre uma expansão do capital financeiro internacional, “fator contribuinte para formação dos monopólios e oligopólios de comunicação, que em alguma medida foram beneficiados ao final dos regimes ditatoriais e também pela associação do capital privado com o Estado” (BIDARRA *et al.*, 2018, p. 171).

Becerra (2007) lembra que a chegada ao poder nos primeiros anos do século 21 de governos progressistas na América Latina “invocaram a concentração como um problema de política pública” e que muitos deles “demonstraram interesse em estabelecer novos marcos regulatórios para a mídia” (BECERRA, 2007, p. 66). O fenômeno também possibilitou a reorganização dos fluxos de mídia, o que incluiu a criação de redes nacionais, como a TV Brasil, em 2007, gerida pela Empresa Brasil de Comunicação para ser uma emissora pública, e transnacionais, como a TeleSUR, em 2005, que tentaram fornecer uma perspectiva Sul para as informações da região a partir de um formato não comercial.

O surgimento da TeleSUR ocorreu em uma região que viveu o colonialismo e, a partir daí, passou a fazer parte de uma relação centro-periferia (AMIN, 2005; VICENTE, 2009). A rede surgiu em um momento histórico específico em que houve a cumplicidade de várias lideranças para unificar a região (BURCH, 2007). Embora os tempos tenham mudado, com a volta ao poder de governos conservadores alinhados aos interesses dos Estados Unidos e ao Norte global, a TeleSUR segue no ar com a proposta inicial de ser uma voz para a construção de uma nova ordem comunicacional voltada para a integração dos povos do Sul. A sua principal concorrente na região é a CNN em Espanhol, com sede em Atlanta, Estados Unidos.

Ao contrário da rival norte-americana, que é distribuída no território como um canal pago, a TeleSUR transmite sua programação ao vivo em algumas operadoras a cabo, com sinal aberto no satélite e gratuitamente pela internet, onde também é possível acompanhar a cobertura noticiosa dos países da América Latina. Nesse contexto, esta pesquisa tem o objetivo de analisar a cobertura das notícias da TeleSUR sobre o Brasil publicadas em sua versão on-line. Utilizamos como metodologia a análise de conteúdo quantitativa, que será detalhada em seção específica. Começamos apresentando os antecedentes históricos da mídia latino-americana, marcada pela concentração dos meios de comunicação de massa, e chegamos no nosso objeto, que se coloca como uma alternativa a esse modelo.

Mídia hegemônica na América Latina

A maior parte das empresas de comunicação de massa da América Latina está concentrada nas mãos de pequenos grupos familiares que decidem o que o público deve ou não receber (VICENTE, 2009). Em cada país da região existe um poder midiático dominante, que reproduz quase sempre uma visão monoteísta da sociedade, baseada em um modelo econômico de desenvolvimento neoliberal (CABRAL, 2015). Venício de Lima (2011) é um dos estudiosos da concentração de mídia no Brasil. Segundo ele, esse modelo é dominado por somente dois ato-

res: governos e empresários. Mas aqui também podemos incluir os grupos religiosos. Entre eles está a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) que controla rádios e televisões por meio do Grupo Record. Portanto, a sociedade civil é excluída desse processo. Lima verificou que a obtenção de uma outorga de radiodifusão no Brasil depende dos políticos. Não por acaso, muitos deles também são os concessionários do serviço, e acabam por aprovar a renovação de suas próprias emissoras. O autor classificou esse modelo como "coronelismo eletrônico" (LIMA, 2011).

O surgimento da radiodifusão na América Latina teve início na década de 1920. No Brasil, país de dimensões continentais, o rádio foi o primeiro meio massivo usado como mediador da unificação nacional (FERRARETTO, 2012). A partir da década de 1930, o novo veículo passa a atrair a interferência estatal. O presidente Getúlio Vargas (1930-1945) compreendeu a importância de falar ao rádio. Um exemplo é o programa "A Voz do Brasil", criado em 1935 durante o seu governo e transmitido até hoje (GARCIA, 2013; MUSTAFÁ; AMARANTE, 2020). Outro fato que demonstra esse desejo de controlar um meio de comunicação aconteceu em 1940, quando, em troca de uma dívida do Grupo A Noite com o governo federal, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi incorporada ao patrimônio da União (SAROLDI; MOREIRA, 2005).

A partir de 1950, a televisão chega ao continente. Na década de 1960, as três grandes redes dos Estados Unidos (NBC, ABC e CBS) começam a exportar para a região a sua tecnologia e programação. Na década de 1970, a transmissão comercial aumentou junto com as economias de livre mercado lideradas pelas ditaduras militares (BIDARRA *et al.*, 2018; VICENTE, 2009). Os governos da região estabeleceram um relacionamento mútuo com as indústrias de radiodifusão, o que culminou com o surgimento de fortes conglomerados de mídia, como Grupo Globo, Grupo Clarín (Argentina) e Grupo Cisneros (Venezuela).

Na década de 1990, a liberalização e a des-

regulamentação do mercado de mídia em boa parte da América Latina possibilitaram a entrada de empresas estrangeiras, como a espanhola Telefônica e a norte-americana Bell South. Esses grupos ajudaram a mudar as estruturas e a dinâmica das telecomunicações na região. Tal movimento também contribuiu com a concentração dos veículos de comunicação e permitiu que empresários, como Ángel González, controlassem canais em vários países do continente.

O domínio da mídia de massa pelos conglomerados privados tem sido considerado um perigo para a democracia. Para Fonseca (2010) a importância dos meios de comunicação para a consolidação da democracia "é por demais grandiosa para que interesses empresariais, privatistas e sem qualquer responsabilização e controles democráticos possam se sobrepor à esfera pública" (FONSECA, 2010, p. 50).

Vicente (2009) acredita que os meios de comunicação se comportam como outros setores da indústria capitalista, os quais visam auferir lucro. Entretanto, ele chama atenção para o fato de que os monopólios de comunicação trabalham com produção e difusão de bens simbólicos. "Esta nos parece muito mais complexa e de difícil constatação por envolver receptores, não apenas consumidores, que podem aceitar, ou não, os produtos emanados dos conglomerados da comunicação" (VICENTE, 2009, p. 154).

Uma pesquisa³ realizada pela Intervezes e Repórteres Sem Fronteiras (RSF) em parceria com o Media Ownership Monitor (MOM) lançou luz sobre a concentração de mídia nos países da região. Com o título "Quem controla a mídia na América Latina?", o levantamento publicado em dezembro de 2019 revelou que no Brasil os 50 veículos de maior audiência pertencem a 26 grupos de comunicação. No mercado televisivo, mais de 70% da audiência está concentrada em apenas quatro redes, sendo que a TV Globo detém sozinha mais da metade desse percentual.

Os oligopólios de mídia também atingem os nossos vizinhos. Na Colômbia, os três grupos com

³ Media Ownership Monitor (MOM). Disponível em: <http://latin-america.mom-rsf.org/es>. Acesso em: 15 set. 2020.

maior concentração de audiência detêm 57% do conteúdo total que os cidadãos podem acessar no rádio, na TV e na mídia impressa. Na Argentina, os 52 principais meios de comunicação estão nas mãos de 22 empresas, que decidem o que a grande maioria dos 44 milhões de argentinos assistem, leem e ouvem.

Para o geógrafo brasileiro Milton Santos (2008), a estrutura de monopólio dos meios de comunicação pode ser relacionada com o avanço da globalização, onde "os fluxos de informação são responsáveis pelas novas hierarquias e polarizações, o que substitui os fluxos de matéria como organizadores dos sistemas urbanos e da dinâmica espacial" (SANTOS, 2008, p. 50).

Boaventura (2019) acredita que existe uma linha abissal que divide o mundo entre sociabilidade (e subjetividade) metropolitana e sociabilidade (e subjetividade) colonial. Esse modelo prevalece hoje tanto quanto no tempo do colonialismo histórico. Para o autor, os que estão do outro da linha não são considerados verdadeiramente ou completamente humanos. Como veremos a seguir, a TeleSUR nasceu com o propósito de romper com essa estrutura de dominação e gerar um novo fluxo informacional a partir da integração latino-americana.

A TeleSUR e o novo fluxo Sul-Sul

A TeleSUR foi lançada em 24 de julho de 2005, aniversário de Simón Bolívar, herói latino-americano que lutou contra o colonialismo espanhol no continente. O principal idealizador do canal foi o presidente venezuelano Hugo Chávez. Sua ideia era criar uma fonte de informação pan-latino-americana para fortalecer e integrar a região. A cobertura do canal atinge toda a América, Europa Ocidental e norte da África, por meio do satélite e está disponível em todo o mundo pela internet e pelas mídias digitais, que transmitem sua programação ao vivo 24 horas por dia gratuitamente.

Com sede em Caracas, capital venezuelana, a TeleSUR não possui fins comerciais e é financiada pelos governos da Venezuela, Cuba e Nicarágua. A principal concorrente da emissora na região é a

CNN en Español, também dirigida para o público pan-latino-americano. Com base em Atlanta, Estados Unidos, o canal surgiu em 1997 para atender a comunidade de língua espanhola do país. Desde então, passou a ser distribuído também para a América Latina pelas operadoras de TV por assinatura. A rede mantém correspondentes internacionais nos principais países latino-americanos.

Ao contrário da CNN en Español, a TeleSUR tem como característica apresentar as notícias a partir de uma perspectiva latino-americana. Em seu portal na *internet*,⁴ a rede afirma seu propósito de "ser um serviço público multimídia e multi-plataforma com abrangência global que, a partir do Sul, produz e divulga conteúdos informativos e educacionais para uma ampla e fiel base de usuários, com uma visão inclusiva dos povos" (TELESUR, [2020]). Com o intuito de ser uma voz para a construção de uma "nova ordem comunicacional", a empresa tem a missão de contrariar as ideologias dominantes e hegemônicas na mídia de massa latino-americana. Portanto, atua como alternativa aos meios de comunicação com base nos interesses capitalistas.

A TeleSUR já sofreu tentativas de intimidação por parte do Congresso dos Estados Unidos. Em julho de 2005, poucos dias após seu lançamento, foi aprovada uma emenda que autorizava o governo estadunidense a criar emissoras de rádio e televisão para se contraporem à rede latino-americana. Na ocasião, o idealizador da proposta, o deputado republicano Connie Mack, declarou que a TeleSUR era "uma ameaça para os Estados Unidos por tentar minar o equilíbrio de poder no hemisfério ocidental". A estratégia proposta por Mack era semelhante a criação na década de 1980 da Rádio Martí e da TV Martí. Com sede em Miami, na Flórida, as emissoras tinham como objetivo penetrar ilegalmente o espectro radioelétrico de Cuba a fim de transmitir mensagens contrárias ao governo de Fidel Castro (MATOS, 2016).

A rede regional mescla notícias, documentários, mesas-redondas, filmes e programas culturais. Sua programação inclui assuntos sobre

⁴ Disponível em: <https://www.telesurtv.net/pages/sobrenosotros.html>. Acesso em: 15 set. 2020.

cultura, música, tradições, história da América Latina, entre outros, que visam fornecer ao público a compreensão das complexidades da região. Além disso, também oferece programas dedicados a entrevistar diferentes personalidades do espectro latino-americano. É comum o canal abrir espaço para os povos indígenas, movimentos sociais e manifestações de trabalhadores.

Por ser financiada por governos progressistas, a TeleSUR é constantemente acusada de ser tendenciosa em seu conteúdo e direcionar a programação para o público que defende tais posições políticas. Entretanto, ainda de acordo com as informações constantes em sua página na internet, a gestão da rede possui independência editorial e sua "única agenda é promover a unidade latino-americana" (TELESUR, [2020]).

Embora enfatize seu viés regional, o canal tende muitas vezes a priorizar aspectos locais em sua cobertura. Salö e Terenius (2007) analisaram o conteúdo da TeleSUR e identificaram que a Venezuela é apresentada mais vezes do que qualquer outro país no noticiário. Em relação aos atores políticos, o ex-presidente Hugo Chávez era mais mencionado que outros líderes da região.

Por fim, cabe destacar que a TeleSUR faz parte de uma tendência internacional de países que estão insatisfeitos com a forma como a mídia hegemônica tem tratado as questões de suas localidades (NOGUEIRA, 2012). O primeiro deles foi o Catar, que lançou em 1996 a estatal Al-Jazeera. Em 2005, a Rússia começou a operar a RT (Russia Today) e a França inaugurou a France 24. Assim como a Venezuela, esses países buscam proporcionar um melhor entendimento de sua cultura e de suas políticas. Todos eles lançaram estações de notícias 24 horas financiadas pelo estado como parte de uma estratégia de estações de notícias contra-hegemônicas impulsionadas pelo sucesso da Al-Jazeera.

Como vimos, os meios de comunicação de massa se concentraram de uma maneira Ocidental, particularmente anglo-saxônica, e com uma forma corporativa de entender os processos que

ocorrem ao redor do mundo. Por sua vez, esses novos meios de comunicação visam explicar a partir de sua perspectiva as questões mais importantes que ocorrem em seus países e regiões. Para Bidarra *et al.* (2018), sem a democratização da mídia a concentração do capital favorece alguns grupos econômicos e amplia as desigualdades sociais. Deste modo, essas iniciativas visam desafiar os meios de comunicação de massa hegemônicos e criar novos fluxos informacionais.

Metodologia e análise

Para entender como o Brasil é retratado na cobertura da TeleSUR utilizamos como metodologia a análise de conteúdo quantitativa. Ao todo, são analisadas 462 notícias publicadas no portal TeleSUR.net entre os meses de abril e agosto de 2020. Para a busca, utilizamos a palavra "Brasil". Foram descartadas as notícias que não tratam especificamente do país, como aquelas em que o Brasil é citado juntamente com outros países, num contexto regional. Portanto, nos interessa saber apenas dos assuntos internos que ganharam projeção no restante da América Latina.

Nossa pesquisa usa como referencial metodológico a regra da exaustividade proposta por Bardin (2011), que exige que nenhum material coletado seja desconsiderado. Todo o *corpus* da pesquisa foi reunido em único PDF e disponibilizado para consulta.⁵ Para melhor compreensão, optamos por traduzir para o português os títulos das matérias da TeleSUR aqui citadas. Bardin (2011) também propõe a categorização como forma de operacionalizar os resultados da pesquisa a partir da crença de que esse modelo "não introduz desvios no material, mas que dá a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados em bruto" (BARDIN, 2011, p. 147). Tal abordagem já foi objeto de vários estudos no campo da comunicação (AMARANTE, 2020; MARTINEZ *et al.*, 2016; REIS, 2017; VANNUCHI, 2018). Isto posto, apresentamos a seguir os resultados da pesquisa empírica.

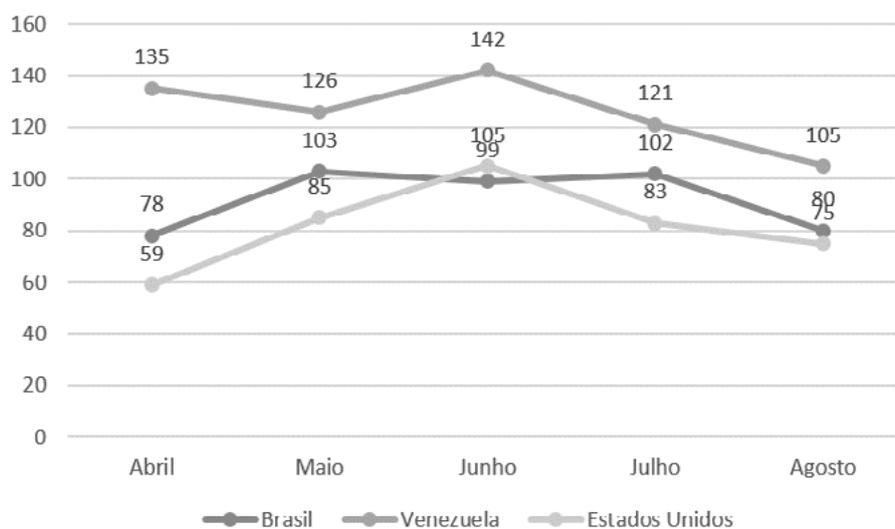
Como primeira categoria, analisamos a quantidade de notícias distribuída ao longo dos cinco

⁵ Disponível em: <http://bit.ly/telesurbr>. Acesso em: 15 set. 2020.

meses da coleta. Excepcionalmente neste item, também incluímos na busca outros dois países: Venezuela, por se tratar do local onde a TeleSUR está instalada, e Estados Unidos por representar

o antagonismo da emissora, considerando que o objetivo da rede é justamente dar visibilidade aos países do Sul como alternativa contra-hegemônica aos do Norte.

Gráfico 1 – Notícias por período (2020)



Fonte: Autores (2020).

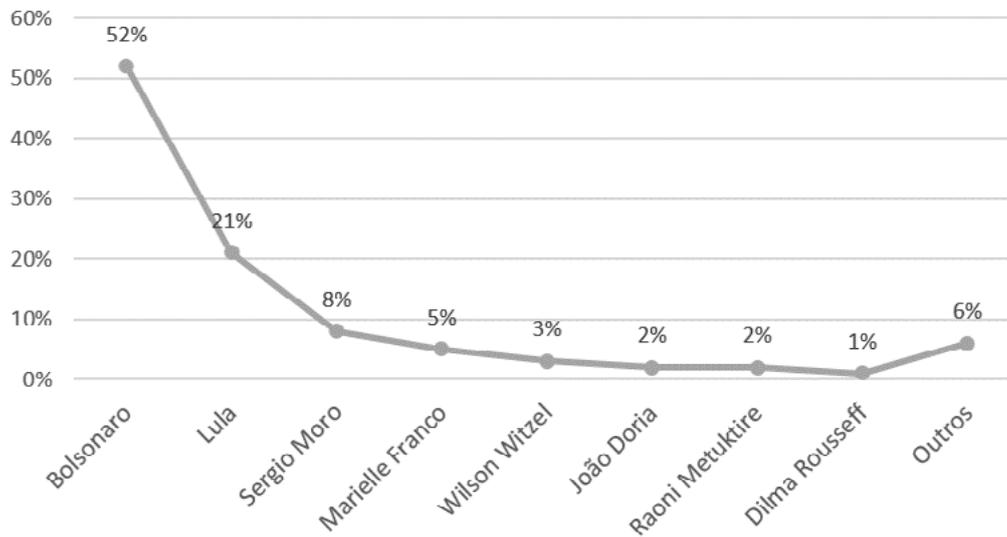
O Gráfico 1 mostra que o Brasil recebeu uma quantidade significativa de notícias ao longo do período analisado. Além disso, elas foram relativamente bem distribuídas durante os meses da coleta. Na média geral, o país teve 92,4 notícias publicadas por mês, o que representa três notícias por dia. Os meses de abril e agosto foram os que dedicaram menos espaço ao Brasil na cobertura, com 78 e 80 notícias respectivamente. Por sua vez, os meses de maio e julho registram o maior acúmulo, com 103 e 102 notícias respectivamente.

Os dados do gráfico também indicam a quantidade de notícias contempladas na cobertura de outros dois países. A Venezuela, país de origem do canal, recebeu a maior exposição, com um total de 629 notícias ao longo dos cinco meses analisados. Isso representa uma média de 125,2 notícias por mês ou 4,1 publicações ao dia. Já os Estados Unidos, inimigo do governo venezuelano, teve bem menos visibilidade na média geral que seu rival sul-americano. Ao todo, foram 407

notícias ao longo do período, o que indica uma média de 81,4 notícias por mês, a um ritmo de 2,7 publicações ao dia. A linha do Brasil ficou de modo geral no meio entre os dois países, sendo ultrapassado pelos EUA apenas do mês de junho.

O Gráfico 2 apresenta os personagens que receberam mais citações na cobertura da TeleSUR sobre o Brasil entre os meses de abril e agosto de 2020. Como vemos, o presidente Jair Bolsonaro domina mais da metade das notícias, com 52% de exposição. Boa parte delas estão relacionadas com a pandemia da covid-19, como em 30 de agosto⁶: "Bolsonaro aparece sem máscara e em meio a rejeições" (TELESUR, [2020]). Grande parte das publicações são negativas para a imagem do mandatário brasileiro. Em 8 de julho, uma matéria informava que "Jornalistas processam Bolsonaro por expô-los à covid-19" (TELESUR, [2020]). Em 26 de junho, uma publicação chamava atenção para a baixa popularidade do presidente: "Desaprovação ao governo Bolsonaro chega a 44% no Brasil" (TELESUR, [2020]).

⁶ Disponível em: <https://bit.ly/36KMsBc>. Acesso em: 15 set. 2020.

Gráfico 2 – Personagens

Fonte: Autores (2020).

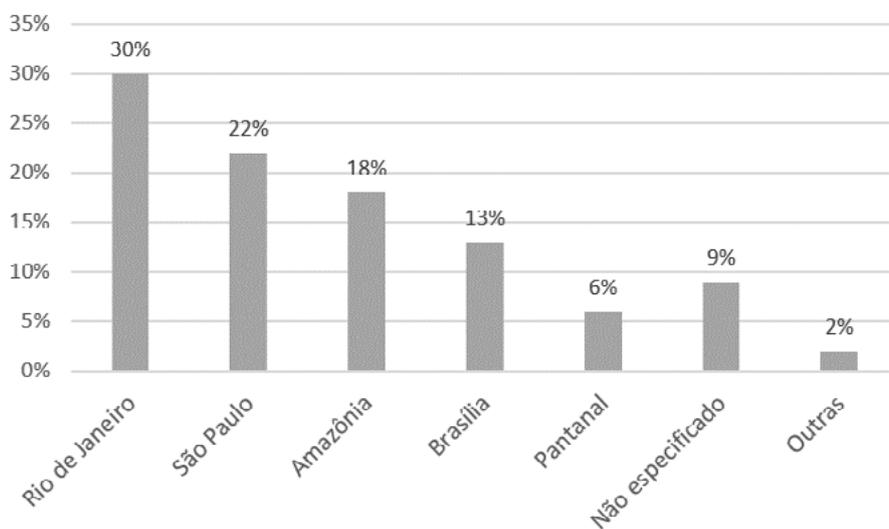
A segunda personalidade com mais menções no noticiário da TeleSUR sobre o Brasil durante o período coletado é o ex-presidente Lula, com 21% de exposição, pouco menos da metade que Bolsonaro. Ao contrário do atual presidente, Lula quase sempre é retratado de forma positiva e em tom de defesa. Em 5 de agosto,⁷ uma matéria informava: "Supremo Tribunal Federal retira denúncia contra o ex-presidente Lula da Silva" (TELESUR, [2020]). No dia anterior,⁸ o destaque era "Movimento 'Anula STF' exige justiça para Lula no Brasil" (TELESUR, [2020]). Por sua vez, a ex-presidente Dilma Rousseff foi pouco mencionada e aparece em apenas 1% da cobertura.

Outras autoridades brasileiras citadas na cobertura são o ex-ministro da Justiça e Segurança

Pública Sergio Moro (8%) e os governadores de São Paulo, João Doria (2%), e do Rio de Janeiro, Wilson Witzel (3%). Esse último, com notícias repercutindo principalmente denúncias de corrupção envolvendo a sua gestão, o que culminou com o afastamento do cargo e o impeachment em 30 de abril de 2021. No entanto, chama atenção o espaço concedido pela TeleSUR ao cacique Raoni Metuktire (2%), em defesa da Amazônia, e à ex-vereadora carioca Marielle Franco (5%), cujo assassinato ocorrido em 14 de março de 2018 não foi elucidado. As demais pessoas citadas somam 6% da cobertura e representam autoridades dos três poderes federais e personalidades culturais, como o cantor e compositor Chico Buarque.

⁷ Disponível em: <https://bit.ly/3ie0lx2>. Acesso em: 15 set. 2020.

⁸ Disponível em: <https://bit.ly/3eu3Q1D>. Acesso em: 15 set. 2020.

Gráfico 3 – Distribuição geográfica

Fonte: Autores (2020).

O Gráfico 3 apresenta a distribuição geográfica das notícias publicadas sobre o Brasil no portal da TeleSUR. A região que dominou o noticiário foi Brasília, com um total de 30% de cobertura. Esse protagonismo tem explicação pelo fato de a cidade ser a capital federal e reunir os principais órgãos públicos, especialmente aqueles relacionados com o governo central. Em 22 de agosto⁹, uma matéria repercutia em tom de indignação que “Bolsonaro promove ‘Encontro Brasil superando a covid-19’” (TELESUR, [2020]), em referência a um evento agendado pelo presidente no Palácio do Planalto. O texto mencionava críticas da oposição, que classificou a iniciativa como propaganda política.

Em segundo lugar, com 22% das menções, aparece o Rio de Janeiro, cartão postal do país. Em meio à pandemia, o noticiário repercutiu negativamente a reabertura dos pontos turísticos da cidade maravilhosa. Em 15 de agosto,¹⁰ a matéria trazia no título “Brasil reabre o Cristo Redentor apesar de um aumento na covid-19” (TELESUR, [2020]). Também sobre a pandemia, em 10 de julho,¹¹ uma notícia destacava que “Rio

de Janeiro registra maior letalidade da covid-19 no Brasil” (TELESUR, [2020]). Um dos ícones da cidade, também foi objeto de reportagem em 16 de junho¹²: “Jogos memoráveis do Estádio do Maracanã em seus 70 anos” (TELESUR, [2020]), destacando a data de aniversário do templo do futebol brasileiro. Em 10 de junho,¹³ a manchete era “Aprovado julgamento político contra governador do Rio de Janeiro” (TELESUR, [2020]), uma menção à aceitação do seu pedido de *impeachment*.

São Paulo também foi bastante citada na cobertura online da TeleSUR, com destaque para os números da covid-19, cujo epicentro foi a capital e o estado paulista. Em 23 de agosto,¹⁴ uma matéria repercutia a onda de frio que atingiu a cidade mais populosa do país: “Seis pessoas morrem em São Paulo devido às baixas temperaturas” (TELESUR, [2020]). Por sua vez, o que chama atenção no noticiário são as informações sobre a região da Amazônia e do Pantanal brasileiro, que somadas chegam a 24% da cobertura, atrás apenas de Brasília.

A maioria das matérias sobre a Amazônia repercutiam os incêndios e o aumento do desmatamento

⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3B6Tkqy>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://bit.ly/2Ukz4RP>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹¹ Disponível em: <https://bit.ly/3xPNrfn>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹² Disponível em: <https://bit.ly/3hJhkZh>. Acesso em: 15 set. 2020.

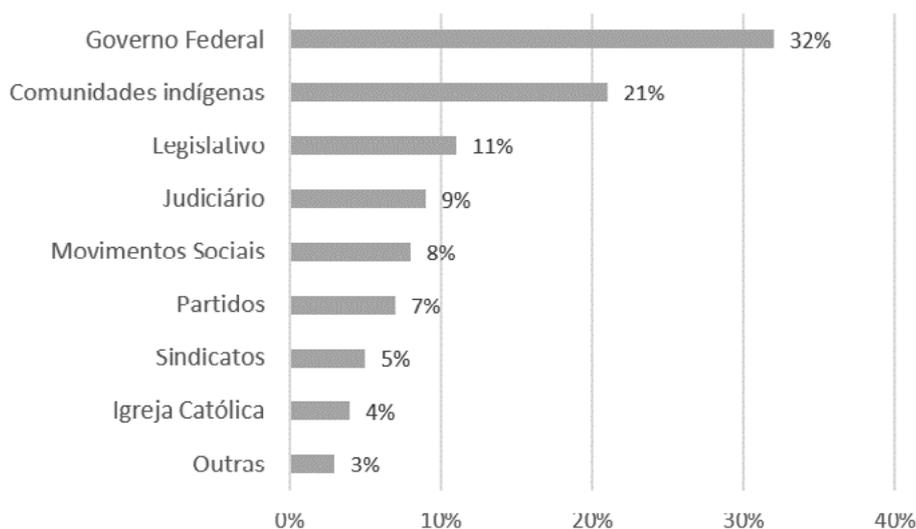
¹³ Disponível em: <https://bit.ly/3xN1CSD>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹⁴ Disponível em: <https://bit.ly/3kuGoGS>. Acesso em: 15 set. 2020.

na área e os impactos nas comunidades indígenas. Em 17 de agosto,¹⁵ uma matéria informava: "Povos indígenas brasileiros bloqueiam rota da Amazônia em protesto" (TELESUR, [2020]). Outra preocupação

era com a saúde dos povos originários durante a pandemia da covid-19. Em 28 de junho, uma reportagem alertava que "7.000 indígenas foram infectados pelo coronavírus" no Brasil (TELESUR, [2020]).

Gráfico 4 – Instituições e sociedade civil



Fonte: Autores (2020).

O Gráfico 4 trata especificamente das instituições e de movimentos da sociedade civil que foram citadas na cobertura da TeleSUR sobre o Brasil durante os meses de abril a agosto de 2020. A maior parte das notícias dizem respeito aos órgãos do governo federal, o que inclui o Planalto, ministérios e empresas estatais, como a Petrobras, com 32% do *corpus*. Por sua vez, o que chama a atenção no período é o espaço dado às lideranças indígenas da Amazônia, com 21% de menções.

Outro exemplo é uma notícia de 13 de julho¹⁶: "Indígenas brasileiros denunciam vulnerabilidade à covid-19" (TELESUR, [2020]). Em 18 de maio,¹⁷ uma reportagem informava que o "Líder indígena Paulinho Paiakan morre no Brasil da covid-19" (TELESUR, [2020]). Em 2 de junho, a informação era de que "Indígenas Brasileiros lançam campanha contra mineiros ilegais" (TELESUR, [2020]). Portanto, essa categoria mostra mais uma vez o protagonismo dos povos ameríndios na cobertura da TeleSUR.

O Legislativo e o Judiciário aparecem na sequência, com 11% e 9% de menções nas notícias, respectivamente. Portanto, não muito distante do espaço dado para os movimentos sociais, com 8% do total. Em 13 de junho, uma matéria divulgava o protesto em Brasília das frentes Brasil Popular e Povo Sem Medo contra o governo de Jair Bolsonaro e a favor da democracia. Logo em seguida, com 7%, aparecem os partidos políticos, principalmente de esquerda. Em 10 de junho,¹⁸ uma notícia destacava que "PT quer Lula da Silva como candidato presidencial em 2022" (TELESUR, [2020]). Em 30 de maio, a presidente nacional da legenda, Gleisi Hoffmann, concedeu uma entrevista exclusiva ao canal.

Os sindicatos e movimentos de trabalhadores também ganharam espaço na cobertura da TeleSUR, aparecendo em 5% do *corpus*. Em 1º de julho,¹⁹ uma matéria destacava: "Trabalhadores de aplicativos exigem melhorias no emprego no Brasil"

¹⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3kuMzZG>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹⁶ Disponível em: <https://bit.ly/36Kflh8>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹⁷ Disponível em: <https://bit.ly/3xQwUru>. Acesso em: 15 set. 2020.

¹⁸ Disponível em: <https://bit.ly/3wKQOTx>. Acesso em: 15 set. 2020.

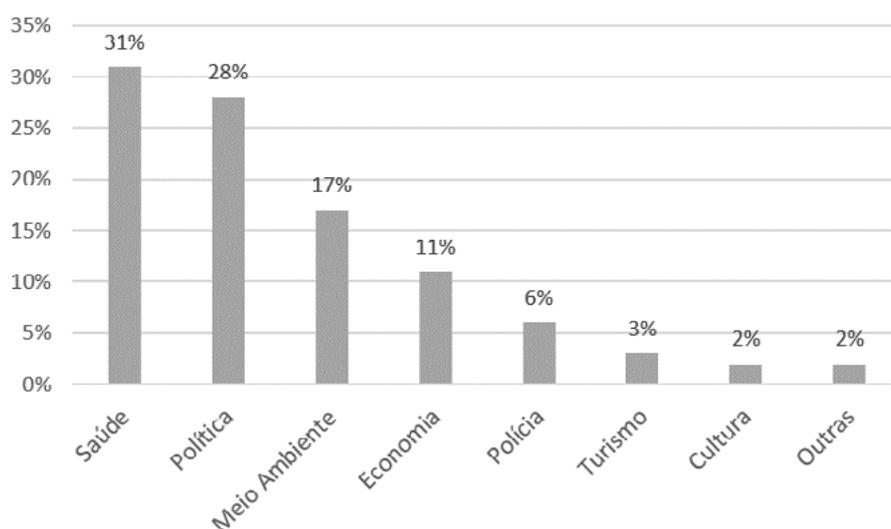
¹⁹ Disponível em: <https://bit.ly/2VlacUj>. Acesso em: 15 set. 2020.

(TELESUR, [2020]). Em 28 de julho,²⁰ uma reportagem informava que "Trabalhadores da Renault no Brasil continuam greve por tempo indeterminado" (TELESUR, [2020]). O que também chama atenção no noticiário é o peso dado para a Igreja Católica, citada em 4% do total. Em 5 de agosto,²¹ uma publicação detalhava que "Bispado brasileiro rejeita política de saúde de Bolsonaro" (TELESUR, [2020]). Em 8 de agosto,²² uma matéria lamentava a morte do bispo brasileiro Pedro Casaldáliga, destacando por seu "intenso trabalho social em defesa dos mais pobres e conhecido por sua defesa dos povos indígenas da Amazônia" (TELESUR, [2020]).

O Gráfico 5 mostra a cobertura das notícias

sobre o Brasil no portal da TeleSUR divididos por editoria. A maior parte do noticiário trouxe informações sobre a pandemia da covid-19, considerando que o Brasil foi o país da região com o maior número de casos e mortes pela doença. Todas as mensagens relacionadas a esse tema foram contabilizadas na editoria de "Saúde", que somou 31% do corpus. Em seguida, com 28%, aparecem as informações de "Política". Como vimos, boa parte das matérias dessa editoria abordam o governo Bolsonaro e também fazem a defesa do ex-presidente Lula da Silva. No entanto, casos de corrupção envolvendo o governo do Rio de Janeiro também foram citados.

Gráfico 5 – Editorias



Fonte: Autores (2020).

Em terceiro lugar aparece a editoria de "Meio ambiente", com 17% da cobertura. Neste caso, os fatos que mereceram maior repercussão estão relacionados com as queimadas na Amazônia. Em 17 de julho, uma matéria alertava que o desmatamento nessa região havia atingido níveis históricos. A editoria de "Economia" aparece apenas em quarto lugar, com 11%. Em seguida, "Polícia", com 6%. Em 13 de julho,²³ uma matéria denunciava a violência policial no Brasil. Já em 6 de junho, o noticiário informava: "STF proíbe invasões em fa-

velas do Rio durante covid-19" (TELESUR, [2020]), também relacionada com o abuso das forças de segurança contra os direitos humanos. As editorias que receberam menos atenção foram "Turismo", com 3%, e Cultura, com 2%.

Por fim, a última categoria analisada trata dos assuntos que ganharam mais destaque na cobertura da TeleSUR sobre o Brasil. O Gráfico 6 mostra mais uma vez que as notícias sobre a pandemia da covid-19 dominaram o noticiário ao longo do período analisado, com 31% do total do *corpus*. O

²⁰ Disponível em: <https://bit.ly/36lLtlI>. Acesso em: 15 set. 2020.

²¹ Disponível em: <https://bit.ly/3wHO35j>. Acesso em: 15 set. 2020.

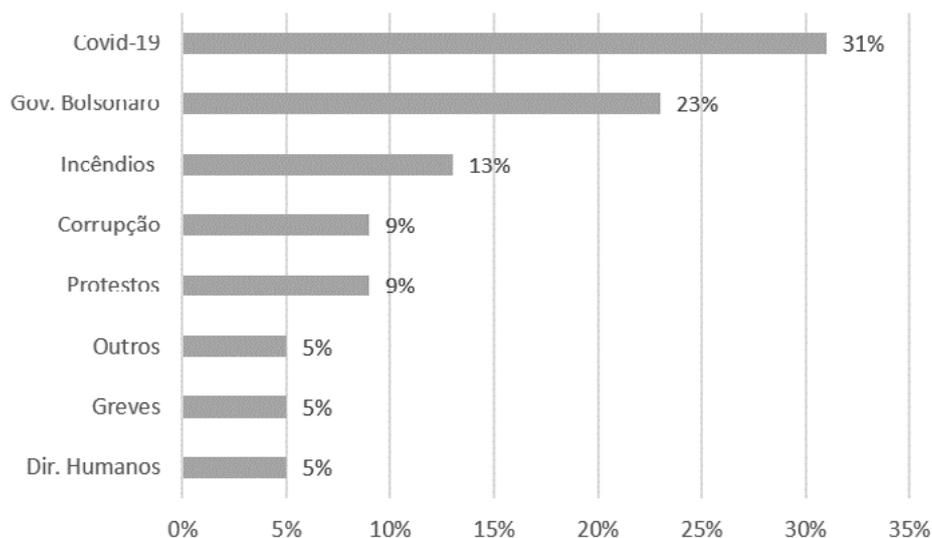
²² Disponível em: <https://bit.ly/3rigoBj>. Acesso em: 15 set. 2020.

²³ Disponível em: <https://bit.ly/3kvFOqG>. Acesso em: 15 set. 2020.

Brasil foi o país da América Latina com mais casos e mortes até agosto de 2020. No mundo, nesse mesmo período, ficou atrás apenas dos Estados Unidos. A cobertura, além de repercutir os números da tragédia sanitária, também questionou as medidas adotadas pelo governo Bolsonaro no

enfrentamento da doença e a respeito do aumento da morte da população indígena. O chefe de governo brasileiro aparece logo em seguida, com 23% das notícias. A maior parte delas em tom crítico, contestando a sua gestão.

Gráfico 6 – Assuntos



Fonte: Autores (2020).

O desmatamento na Amazônia foi outro assunto que a TeleSUR acompanhou com atenção. Entre abril e agosto, 13% das matérias sobre o Brasil em seu portal na internet trataram do tema. Mais uma vez, o que predominou foram as consequências ambientais e os reflexos para os povos indígenas. O quarto assunto com mais menções foi "Corrupção", com 10% do total. As notícias repercutiram as investigações envolvendo a família Bolsonaro e também o então governador do Rio de Janeiro Wilson Witzel. A variável "Protestos" veio logo em seguida, com 8%. Já os "Direitos humanos" receberam 5% da cobertura, com destaque para matérias envolvendo a violência policial. Por fim, as manifestações dos trabalhadores aparecem no item "Greves", com 4% de espaço no noticiário.

Considerações finais

As notícias dos conglomerados de mídia latino-americanos são, na maioria dos casos, apresentadas a partir de uma perspectiva conservadora

e pró-estadunidense (BECERRA, 2017). Esses grupos de mídia atuam muitas vezes contra a pluralidade de ideias e disfarçaram a realidade latino-americana com aquela de um país central, na tentativa de imitar os vizinhos do Norte, já que tudo que vem de cima costuma ser visto como progresso e modernização (SANTOS, 2019). Acreditamos que esse círculo vicioso deva ser quebrado e a TeleSUR representa um dos caminhos para isso, principalmente por propor contrariar essas ideologias dominantes e hegemônicas.

Quanto à análise de cobertura aqui proposta, vários pontos merecem destaque. O primeiro deles diz respeito ao espaço dado ao Brasil, que não foi pouco. Embora tenha recebido menos atenção que a Venezuela, sede do canal e com uma população quase oito vezes menor, o Brasil foi mencionado mais que os Estados Unidos. Esse fato indica que a rede de notícias venezuelana segue uma linha editorial voltada para a integração regional e para um novo fluxo informacional Sul-Sul.

Se somarmos as notícias dos dois países sul-americanos (Brasil e Venezuela) e compararmos com o espaço dado para os Estados Unidos, essa diferença de espaço na cobertura mais do que dobra. Levando em conta que existem muitos outros países na América Latina e no Caribe que também são cobertos pela TeleSUR, mas que não entraram nessa pesquisa, os Estados Unidos deixam de estar na condição de centro para virar periferia no noticiário da TeleSUR.

Outra característica marcante da cobertura foi o espaço dado aos povos indígenas, quase sempre esquecidos pela cobertura da mídia hegemônica. Na rede latino-americana as suas lideranças tiveram voz ativa no noticiário, seja para denunciar as queimadas na Amazônia ou mesmo o descaso dos governos durante a pandemia da covid-19. Os movimentos sociais e sindicais também tiveram vez e ocuparam uma fatia considerável das notícias se comparado aos veículos tradicionais. As mulheres também se fizeram presentes na cobertura, que repercutiu as frases machistas ditas por Bolsonaro, o que motivou um pedido do Ministério Público Federal contra a postura do presidente.

Na política, a TeleSUR fez uma cobertura crítica ao governo Bolsonaro, destacando as investigações que envolveram membros de sua família, os baixos índices de aprovação que registrava durante os meses analisados e as atitudes irresponsáveis praticadas por ele durante a pandemia, como o fato de não usar máscara de proteção, recomendados pela Organização Mundial da Saúde para evitar a contaminação e disseminação do coronavírus. Por sua vez, o ex-presidente Lula foi retratado de forma positiva no noticiário.

Mesmo afastado do poder, Lula aparece como principal liderança da oposição. As informações a seu respeito traziam críticas ao governo Bolsonaro ou referiam-se a contendas judiciais, quase sempre em sua defesa. Já o Partido dos Trabalhadores aparece quase como único partido de esquerda e com forças para derrotar Bolsonaro. Nesse aspecto, a cobertura peca por silenciar outras forças políticas.

Por fim, havia uma necessidade de uma voz alternativa na mídia latino-americana. A TeleSUR mostrou-se como um projeto viável de integração na região a partir de uma perspectiva Sul-Sul. Por outro lado, considerando as implicações que a dependência financeira acarreta quaisquer veículos de comunicação, cabe ressaltar que os fortes laços com os governos que a financiam, especialmente Cuba e Venezuela, podem comprometer a sua independência editorial. Por isso, tais iniciativas precisam organizar conselhos curadores independentes, que garantam o compromisso com o interesse público. Contudo, concluímos que a TeleSUR é uma voz necessária e tem contribuído para interromper a ordem comunicacional até então dominada por um único ponto de vista.

Referências

AMARANTE, Erivelto. A pandemia de fake news no Facebook durante a covid-19. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, n. 31, p. 51-68, 2020. Disponível em: <http://doc.ubi.pt/ojs/index.php/ec/article/view/890>. Acesso em: 15 set. 2020.

AMIN, Samir. **O Imperialismo, Passado e Presente**. Rio de Janeiro: Tempo, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições70, 2011.

BECERRA, Martín. **La concentración infocomunicacional en américa latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores**. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes; Observacom, 2017.

BIDARRA, Beatriz Soares *et al.* Mídia e integração da américa latina a partir da presença geopolítica das empresas jornalísticas. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 15, n. 28, p. 169-181, 2018. Disponível em: <http://revista.pubalac.org/index.php/alaic/article/view/1158>. Acesso em: 15 set. 2020.

BURCH, Sally. Telesur and the new agenda for Latin American integration. **Global Media and Communication**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 227-232, 2007. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1742766507078419>. Acesso em: 15 set. 2020.

CABRAL, Eula D. T. Mídia no Brasil: Concentração das Comunicações e Telecomunicações. **Eptic** (UFS), Aracaju, v. 17, n. 3, p. 17-28, 2015. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5322918>. Acesso em: 15 set. 2020.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas**. Prefácio. Barcelona: Paidós, 2001.

FONSECA, Francisco. **Mídia e poder**: elementos conceituais e empíricos para o desenvolvimento da democracia brasileira. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2010.

GARCIA, Nelson Jahr. Comunicação e autoritarismo: a voz do Brasil. **Sumários Revista da ESPM**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 29-33, 2013.

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro. O mundo multipolar e a integração sul-americana. **Temas & Matizes**, Cascavel, v. 7, n. 14, p. 58-72, 2008. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/temasematizes/article/view/2484>. Acesso em: 15 set. 2020.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

LIMA, Venício A. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. Paulus, 2011.

MARTINEZ, Monica; LAGO, Cláudia; LAGO, Mara Coelho de Souza. Estudos de gênero na pesquisa em jornalismo no Brasil: uma tênue relação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. ID22464, 2016. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revista-famecos/article/view/22464>. Acesso em: 15 set. 2020.

MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos. **Los grupos multimedia**: estructuras y estrategias en los medios europeos. Barcelona: Bosch; Casa Editorial, 1993.

MORAES, Dênis de; RAMONET, I.; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo/FAPERJ, 2013.

MURCIANO, Marcial. **Estructura y dinámica de la comunicación internacional**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1992.

MUSTAFÁ, Izani; AMARANTE, Erivelto. A pandemia no programa "A Voz do Brasil": análise de uma cobertura oficial. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 19, n. 35, 2020. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1690>. Acesso em: 15 set. 2020.

NOGUEIRA, Sílvia. Reflexões sobre o papel da mídia na construção do nationess: os casos da Telesur e da Al-Jazeera. **Carta Internacional**, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 127-148, 2012. Disponível em: <https://www.cartainternacional.abri.org.br/Carta/article/view/61>. Acesso em: 15 set. 2020.

REIS, Rodrigo Nascimento. Jornalismo e Política: A cobertura da Folha de S. Paulo sobre a Copa 2014 no Brasil. **Vozes e Diálogo**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 34-47, 2017. Disponível em: <https://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/10456>. Acesso em: 15 set. 2020.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. Edusp, 2002.

SAROLDI, Luiz Carlos; MOREIRA, Sonia Virgínia. **Rádio Nacional**: o Brasil em sintonia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

SOUSA MATOS, Érico. Diplomacia pública y América del Sur. De los conceptos a la práctica: Telesur y el caso venezolano. **Desafíos**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 399-426, 2016.

SOUSA SANTOS, Boaventura. **O fim do império cognitivo**: a afirmação das epistemologias do Sul. Autêntica, 2019.

TELESUR, 2020. Buscar, 2020. Disponível em: <https://www.telesurtv.net/buscar.html>. Acesso em: 15 set. 2020.

VANNUCHI, Camilo Morano. A regulação dos meios de comunicação no discurso dos jornais. **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 21-38, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/137227>. Acesso em: 15 set. 2020.

VICENTE, Maximiliano Martin. **História e comunicação na ordem internacional**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

Erivelto Amarante

Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), em Curitiba, PR, Brasil; doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), em Curitiba, PR, Brasil; e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Izani Mustafá

Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre, RS, Brasil; professora adjunta do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), em Imperatriz, MA, Brasil.

Endereço para correspondência

Izani Mustafá/ Erivelto Amarante
Universidade Federal do Maranhão
Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia
Curso de Jornalismo
Rua Urbano Santos, s/n
Centro, 65900-410
Imperatriz, MA, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.