

A ATUAÇÃO DA MÍDIA EM PROCESSOS DE INTEGRAÇÃO REGIONAL ANÁLISE DO G1 REFERENTE AO CONTEÚDO NOTICIOSO SOBRE O MERCOSUL¹

RENAN SCHLUP XAVIER²

Resumo: O MERCOSUL parece receber pouca atenção por parte da mídia tradicional brasileira, o que faz com que sociedade brasileira desconheça e não compreenda dinâmica, funcionamento e benefícios da integração. Este não agendamento midiático influencia debates diversos no país, impactando a construção de políticas internas e externas e impedindo a construção de um projeto comum. Este estudo visa entender melhor essa dinâmica. Para tanto, foram quantificadas, categorizadas e analisadas notícias sobre o MERCOSUL, publicadas entre julho de 2015 e junho de 2017, no G1, portal do conglomerado Globo. Trata-se de um estudo de caso com uso de pesquisa quantitativa e técnica de análise de conteúdo. Hipóteses de que difusão seria, em maior grau, sobre âmbito político e a partir de declarações de chancelarias e presidentes, distante de temas sociais, mais próximos ao interesse dos cidadãos do bloco.

INTRODUÇÃO

O mais significativo debate global sobre os meios de comunicação se deu sob auspício da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), no fim da década de 1970. Naquele momento, com pouco mais de 30 anos de fundação da Unesco e da ONU (Organização das Nações Unidas), criadas em 1945, foi instituída uma Comissão Internacional para o Estudo dos Problemas da Comunicação, que reuniu 16 especialistas de diversos países, sob a liderança de Sean MacBride³.

O estudo foi requerido durante a XIX Conferência Geral da Unesco, na época dirigida por Amadou-Mahtar M'Bow. Este documento causou desconforto em todo mundo por apresentar quatro elementos centrais: i) papel primordial da comunicação de massa para pleno desenvolvimento social e democrático dos países do globo; ii) sério desequilíbrio quanto ao

¹ Trabalho realizado no âmbito da Especialização em Relações Internacionais Contemporâneas pela Univ. Fed. da Integração Latino-Americana (UNILA), sob a orientação do professor Dr. Marcelino Lisboa.

² Renan Schlup Xavier é discente do Programa de Especialização em Relações Internacionais Contemporâneas pela UNILA. Tem graduação em Jornalismo (UFSC) e Mestrado em TV Digital (UNESP). É Chefe do Departamento de Comunicação do Instituto Social do MERCOSUL (ISM), em Assunção, Paraguai. Email: renan.xavier@gmail.com.

³ Apesar de nascido na França, a maior parte da carreira de Sean MacBride foi na Irlanda. Ele teve atuação em diversos órgãos internacionais, como Anistia Internacional e ONU. Em 1974 recebeu o Prêmio Nobel da Paz.

fluxo informacional entre países do Norte e do Sul; iii) ampliação do poder e das capacidades de empresas de mídia no espaço global e iv) perigos em torno da concentração midiática.

Na introdução do estudo, MacBride revelou como cada um dos lados discordantes, na época, se posicionava: ataque à livre circulação de informação *x* violadores de soberanias nacionais (UNESCO, 1980, p. 17). Mesmo que não fosse possível verificar em detalhes as perspectivas históricas, sociológicas e políticas do processo midiático, a proposta era ampliar a percepção do processo comunicativo, incluindo contexto socioeconômico, cultural e político global (ibidem, p. 18). Cobrindo os mais diversos espectros ideológicos, o grupo conseguiu chegar a consensos – em especial quanto a problemas e soluções possíveis na recém instaurada NOMIC, ou Nova Ordem Mundial da Informação e Comunicação (ibidem, p. 19). *“No hubo nadie en la Comisión que no estuviese convencido de que se requieren cambios estructurales en el campo de la comunicación y de que el orden existente es inaceptable para todos”* (ibidem, p. 20). A síntese apontava para a necessidade de mais equidade, mais reciprocidade no intercâmbio de informações, menos dependência e mais identidade cultural, elementos que poderiam trazer benefícios a toda humanidade. No particular, se colocava que a problemática era ligada a padrões culturais e socioeconômicos; inevitavelmente assumia um caráter político (ibidem, p. 22), que afetava as relações entre Estados. MacBride acreditava que aclarar esse panorama permitiria uma série de novos diálogos futuros, *“constituindo uma nova ordem que beneficie a toda a humanidade”* (ibidem, p. 24).

Intitulado Um só mundo, diversas vozes, o Informe MacBride é um estudo tão significativo que, ao trazer à tona o debate, culminou em travar o diálogo em relação ao tema na Unesco, motivando a saída de Estados Unidos e Inglaterra do organismo, e também da ONU, nos anos de 1984 e 1985. Inclusive, debates sobre comunicação propostos mais recentemente no âmbito internacional ficaram restritas à União Internacional de Telecomunicações (UIT) e a questões técnicas que envolviam uso de tecnologias e internet.

Estudos de Luis Ramiro Beltrán, revelados em Comunicação Dominada (1981), identificam o imperialismo norte-americano na América Latina já na década de 1970, com existência de veículos e produtos norte-americanos – o que é considerado prejudicial à comunicação legítima dos povos (BELTRÁN & CARDONA, 1981, p. 30-31). Isto, pois, uma programação em grande parte estrangeira pode destruir valores autóctones e representa risco ao desenvolvimento e à soberania nacional. Palavras de um latino-americano na década de 1980 que influenciaram a criação de Políticas Nacionais de Comunicação em todo o mundo.

Depois de quase 40 anos do Informe MacBride, e sem que Estados tivessem apresentado demandas de modo organizado no âmbito internacional, Estados Unidos e

Inglaterra ampliaram enormemente suas vantagens no campo da comunicação de massa. Os maiores conglomerados de mídia mundiais estão nos Estados Unidos, país que mantém grande aliança com meios e recursos ingleses. A maioria dessas empresas já existia na década de 1980 e colheu os frutos, ou estimulou, a concentração, vertical (que agrega várias empresas de uma mesma cadeia produtiva, como indústria fonográfica, rádios e agências publicitárias) e horizontal (com empresas de um mesmo segmento, como várias empresas de TV), a partir dos movimentos de ampliação da globalização e ausência de regulação internacional.

Segundo Canclini, a integração comunicacional avançou muito nos últimos 20 anos mediante a expansão continental das indústrias culturais - sendo algumas latino-americanas (Televisa e Grupo Cisneros), mas a maioria estadunidense e espanhola (CANCLINI, 2002, p. 49). A transnacionalização das empresas de comunicação marca a época (ibidem, p. 53). Esta expansão, conclui, não beneficia a todos os países e regiões, agravando desequilíbrios históricos no fluxo comunicacional e o acesso à informação e entretenimento.

Um dos principais agravantes desta concentração é quanto à homogeneização das mensagens, que acaba por estabelecer narrativas acerca de fatos locais ou do mundo, a partir de visão e valores próprios. Além do imenso poderio ideológico de difusão, as empresas de mídia contam com enorme poder econômico, seja a partir de patrimônio próprio ou das empresas parceiras anunciantes, além de instituições e Estados, todos com atuação e interesses que vão além das fronteiras nacionais dos países em que estão sediados.

Neste mundo globalizado, interconectado e interdependente, o impacto real do produto da mídia, e por consequência, das empresas de mídia, nas RI ainda está por ser revelado. De acordo com Oliveira, a mídia emerge como protagonista no uso do *soft power* - ou poder brando, conceito estabelecido por Joseph Nye em meados da década de 1980, que indica o exercício de poder por meio de consenso, a partir de atração e persuasão. O *soft power* seria um poder de ação indireta, diferente do *hard power*, de ação direta, mais vinculado à economia e ao poderio militar, que usa ferramentas como coerção, indução, intimidação e proteção, a partir de sanções, punições, ameaças. “Ganhar corações e mentes sempre foi

importante, no entanto, o é ainda mais na era da informação global” (NYE, 2004, p. 1). O poder brando coopta as pessoas, ao invés de coagi-las (NYE, 2002, p. 36)⁴.

Em relação a este poder, a cultura tem um espaço fundamental para atração - seja em seu aspecto técnico, de repetição de práticas e comportamentos, seja em seu aspecto simbólico, quanto à mensagem a ser difundida. Gramsci já havia proposto que na busca pela hegemonia, o equilíbrio entre o poder brando (o consenso) e o poder duro (a força) é essencial. A partir desta mescla estaria o *smart power*, ou poder inteligente.

Os estudos mais tradicionais em RI retiraram a mídia do tabuleiro internacional. Entretanto, o cenário atual, nesta era cunhada como de pós-verdade (em que se dissimula fatos, imagens e narrativas), exige atenção redobrada, principalmente devido às redes que essas empresas formaram em todo o globo, ao *know how* na construção de narrativas e ao seu poderio econômico. A visão estadocêntrica, que predomina nas Relações Internacionais norte-americana e inglesa, determinara que apenas Estados (e nem mesmo empresas transnacionais, durante muito tempo), seriam atores das Relações Internacionais. Revisões teóricas, em especial construtivistas, incluíram uma lista de novos atores nas Relações Internacionais, inclusive a mídia, mas ainda de modo discreto.

A perspectiva construtivista das RIs traz consigo, a partir de visão mais crítica, possibilidades de análise da mídia enquanto um ator internacional "emergente". Estudos de Eytan Gilboa (2002; 2005) reservam análises significativas e categorizam a atuação da mídia no cenário internacional. No Brasil, estudos de Júlia Camargo (2010) e Rafael Santos de Oliveira (2010) caminham neste sentido também. Em síntese, a mídia pode constranger, intervir ou intermediar em determinados assuntos de política externa, ou servir à construção de políticas externas no âmbito doméstico, seja com apoio à diplomacia pública ou apoiando Estados e interesses privados dentro de um determinado Estado. Percebendo este referencial teórico do campo da Comunicação e das RI na construção do senso comum e da política externa, é que se propõe este estudo. Propõe-se uma análise de mídia específica a respeito do tratamento dado ao MERCOSUL por parte do grupo Globo, no caso, via análise do portal de internet G1.

4 O conceito de poder é um dos mais importantes em Relações Internacionais e amplamente analisado por teóricos políticos, como Maquiavel e Morgenthau, sendo considerado aos realistas um objetivo inerente da humanidade e dos Estados. O termo refere-se à capacidade de um determinado ator exercer influência sobre outros atores dentro do sistema internacional. Esta capacidade define Estados que poder ser superpotências, grandes potências, potências regionais, médias potências.

O MERCOSUL parece receber atenção diminuta por parte da mídia tradicional brasileira. Porta-voz da elite hegemônica e do capital (nacional e internacional), a mídia parece não acompanhar de modo significativo a agenda do bloco. Exatamente este grau de imprecisão, o "parece", que merecerá atenção no estudo. A consequência desta não presença na mídia brasileira faz com que a sociedade brasileira desconheça e não compreenda dinâmica, funcionamento e benefícios da integração que vem sendo construída entre os países. Logicamente, este não acompanhamento se dá devido a fatores diversos - desde o desinteresse do Estado brasileiro em informar sobre aspectos do bloco, ao desconhecimento por parte de editores e jornalistas a respeito do processo, à ausência de repasse de informações por parte da própria institucionalidade do bloco ou mesmo elementos relativos à linha editorial dos veículos, que impõe limitações ou condicionantes a essa cobertura - ou seja, pode ser intencional ou fruto do acaso. As motivações, entretanto, não farão parte do estudo.

Este não agendamento midiático e uma comunicação não promotora de integração, conforme elementos teóricos que serão expostos mais à frente, influencia debates diversos, impacta a construção de políticas internas e externas e impede a construção de um projeto comum. O estudo visa entender melhor a dinâmica, que aponta a uma ausência de informações sobre o bloco, o que culmina em não legitimá-lo na sociedade. Para tanto, serão quantificadas, categorizadas e analisadas notícias sobre o MERCOSUL, publicadas entre julho de 2015 e junho de 2017, no G1, portal brasileiro do grupo Globo. Trata-se de um estudo de caso com uso de pesquisa quantitativa e técnica de análise de conteúdo. O objetivo é “analisar o conteúdo informacional difundido pelo G1 sobre o MERCOSUL”. Procura-se responder à questão: que tipo de difusão realizou o G1 em relação ao MERCOSUL entre 2015 e 2017? A hipótese seria que o G1 difunde de modo restrito o processo de integração do MERCOSUL, com ênfase primária nos aspectos políticos (em detrimento a benefícios econômicos e sociais). Outra hipótese é quanto a ausência de declarações feitas a partir da institucionalidade do bloco, em detrimento a chancelarias de cada país.

Desde a Comunicação, essencial compreender as teorias do agendamento e enquadramento, além das observações da Economia Política da Comunicação, que vincula empresas de mídia e o capital transnacional. Estes conceitos são trabalhados na primeira parte do artigo. A segunda parte é composta por revisão do campo das RI, em especial, o arcabouço da Teoria Construtivista. Será proposta análise dos principais elementos que compõe a perspectiva construtivista a respeito da mídia como ator internacional. Também, as definições estabelecidas por Eytan Gilboa que relacionam mídia e construção da política externa de um país.

Na terceira parte do artigo será proposta uma relação entre o processo de comunicação e o processo de integração regional, além de reflexão acerca da importância dos meios de comunicação no repasse de informações sobre o processo de integração e sobre a produção de notícia internacional. Ainda, será analisada a trajetória do MERCOSUL e a construção de seu processo de integração. Orientações acerca de comunicação para integração são fundamentais para uma melhor análise do conteúdo propagado pela mídia e são realizadas nesta parte. Por fim, uma parte analítica em que se abordará o tratamento dado ao bloco pelo portal G1 nos últimos anos e as considerações finais, apresentando reflexões e os desafios desse processo.

São objetivos metodológicos específicos: i) Formar acervo de notícias disponíveis no portal G1, entre o segundo semestre de 2015 e o primeiro semestre de 2017; ii) Quantificar número de notícias disponibilizado ao MERCOSUL, assim como editoria e autoria da notícia; iii) Classificar o âmbito temático principal da notícia a partir da dimensão da integração à qual se relacione (se econômica, política, social, securitária, ou outra); v) Determinar "quem fala" nas notícias (Chancelaria, Institucionalidade do MERCOSUL, Especialistas, População, Parlamentares, Presidente, etc.); vi) Listar a institucionalidade do MERCOSUL que é relacionada nas notas (quais estruturas são introduzidas, quais Reuniões, quais órgãos).

COMUNICAÇÃO - POTENCIAL E DESAFIOS DA PRÁTICA

O paraguaio Juan Bordenave lembra que a comunicação se confunde com a própria vida, sendo necessidade básica do homem social (BORDENAVE, 1997, p. 19). Para ele, comunicação e sociedade são inseparáveis e equivalentes, sendo que uma nunca poderá ser melhor que a outra. “Cada sociedade tem a comunicação que merece”, pontuou (ibidem, p.16-17). O autor entrelaça a trajetória evolutiva de ambas para explicar a criação dos meios de comunicação. Dos grunhidos, o homem passou a representar objetos e ideias a partir de signos e sons padronizados. A sistemática de correlação definirá as linguagens (conceito significativo também ao construtivismo, em especial, à vertente normativa). Posteriormente, a necessidade da preservação das mensagens no tempo e sua transmissão no espaço culmina na criação dos meios de comunicação. Com o tempo cresce a influência social dos meios.

A evolução das técnicas e dos suportes para registro, preservação e transmissão de mensagens, amplia a penetração e a difusão espacial dos meios na sociedade. A exploração do potencial econômico acerca da transmissão de informações faz com que empresas se organizem, consolidando as indústrias de comunicação, que vêm atravessando países - em especial por conta dos movimentos de globalização econômica e mundialização da cultura. O “sentido de ser e existir” da comunicação, entretanto, permanece aquele primário: serve ao

relacionamento entre pessoas e para que possam se modificar mutuamente ou modificar a realidade que as rodeia. Neste sentido, Martín-Barbero (2004) coloca que a comunicação é ferramenta estratégica, sendo decisiva na transformação social (ou bloqueando-a).

Marques de Melo (1975) ampliará a compreensão do que é comunicação, estabelecendo dimensões. O conceito etimológico explica que o termo vem do latim *communis*, significando tornar comum e compartilhar, e carrega em si a ideia de comunidade. Neste sentido, Genro Filho lembra que a ideia da comunicação como comunhão deixa de existir no momento em que se inicia a exploração do trabalho alheio: seria quando a comunicação se converte em informação, no sentido aristotélico de imposição de forma. Beltrán (1981) coloca, entretanto, que comunicação precisa ser entendida de modo diferente que informação, já que a última pode ser processo mecânico, enquanto a primeira deve dar-se a partir de relação dialógica. Genro Filho lembra que a Imprensa, citando Habermas, torna-se a expressão pública de proprietários privados, mas que há potencial na ferramenta (GENRO FILHO, 1987, *online*).

Nascido em meio ao capitalismo e à publicidade, o jornalismo preserva grande vínculo com o capital, que, em geral, o mantém nos dias de hoje. Importante perceber que a maior influência para o jornalismo na América Latina vem da escola funcionalista norte-americana, que utiliza de modelos formais e matemáticos e atribui ao jornalismo, influenciando toda a sua teoria e ensino pedagógico, uma aura de imparcialidade e objetividade.

A mídia ocidental (e o seu ensino pedagógico) traz junto a si uma série de elementos teóricos que explicam e fundamentam as atividades jornalísticas – e estes elementos precisam ser observados com atenção, pois, assim como as Teorias das Relações Internacionais, aqueles respondem a interesses e a um contexto específico de elaboração. As primeiras escolas teóricas da Comunicação são criadas nos Estados Unidos, no início do século passado, com a necessidade de difundir mensagens específicas sobre a 1ª Guerra Mundial a partir de perspectiva do Estado norte-americano. Neste sentido, desenvolvem-se teorias do Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade, vinculadas a experimentos e pesquisas sociais do campo da Psicologia Social. São expoentes dessa escola Kurt Lewin (cibernética, teoria do campo), Harold Laswell (paradigma de Laswell, teoria hipodérmica) e Paul Lazarsfeld (*two step flow*, liderança de opinião). Em 1924 se consolida a Escola de Frankfurt, alemã, com ícones como Theodor Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Jürgen Habermas. Críticos, cunharam expressões e estabeleceram conceitos, como "indústria cultural" e "cultura de massa". Depois, na década de 60, a escola francesa passa a se interessar pelos discursos, imaginários e pela linguagem, passando a compreender melhor as mensagens, a influência da

tecnologia e da comunicação, e a retórica - mais como intelectuais do que como cientistas. São expoentes: Debord, Bordieu e Morin. Análises sobre os sujeitos, com a escola inglesa, e análises críticas ganham espaço, com o suporte de marxismo e do construtivismo. O papel dos meios na sociedade globalizada e altamente digitalizada vem sendo cada vez mais analisado, por escolas pós-modernas e linhas da cibernética e informática. A Escola Latino-Americana incorpora elementos importantes às análises de mídia, no caso, o papel das periferias, dos bairros, da cultura e da contracultura, e também das diversidades no âmbito da recepção.

Em relação ao potencial da comunicação, Bordenave esclarece que há importantíssima relação entre comunicação e cultura. Isto, pois, a cultura serve à comunicação (também comunica); e o processo de comunicação e repasse de mensagens pode reforçar crenças e comportamentos, ou modificá-los. Quanto à primeira relação, ele orienta que se tudo na vida pode ser decodificado como signo (desde o penteado dos cabelos ao ato de sentar-se), a cultura de uma sociedade pode ser considerada como um vasto sistema de códigos de comunicação (BORDENAVE, 1997, p. 54). Estes elementos são importantes para compreender o impacto normativo das mensagens, no caso, noticiosas, na sociedade em geral.

Em relação às teorias importantes ao trabalho no Jornalismo, destacam-se a hipótese do Agendamento (*Agenda Setting*), de McCombs e Shaw, nos anos 70, que apresenta a ideia de como o meio instala o debate sobre determinado assunto na sociedade (sem orientar quanto ao resultado do debate, mas impondo o tema à agenda local); a Teoria do Enquadramento, de Bateson e depois Goffman, que explica que a mídia, a partir de sua construção narrativa, de detalhes, do título e de imagens, chama atenção para alguns elementos de determinado fato e não para outros. Dessa forma, enquadra determinado fato a partir de algum interesse específico – o que depõe, em si, contra a neutralidade da Imprensa; a Teoria do *Gatekeeper*, de White, na década de 50, que explicava o controle humano do espaço do jornal a partir de critérios subjetivos e objetivos; a Teoria dos Valores-Notícia, de Wolf, sobre elementos que compõem os fatos e que caracterizam o que é notícia, ou o que é mais notícia.

A Teoria da Espiral do Silêncio, desenvolvida por Noelle-Neumann, em 1977, explica o mecanismo de formação e orientação de opinião pública, em que a mídia acaba por reforçar o consenso em torno de pontos de vista e valores dominantes na sociedade. Dessa forma, os indivíduos dispostos a expressar opiniões minoritárias são incentivados a não fazer isso, com medo de se isolarem socialmente (MIÈGE, 1995). As redações possuem papel significativo nesta sistemática, moldando condutas e comportamentos de jornalistas, conteúdos e abordagens de matérias. Cada vez mais, entretanto, com a ampliação das redes sociais e

canais alternativos, se observa a existência de pontos de vista diversos daqueles, por vezes, gerados, de modo padrão, por parte da imprensa.

O PROCESSO DE GLOBALIZAÇÃO NO ÂMBITO DA COMUNICAÇÃO

A globalização colocou economia, sociedade e cultura nas mãos de empresas transnacionais, assim como a área de comunicação. A concentração no setor definiu nove empresas globais de comunicação, sendo oito norte-americanas (*Google, Walt Disney, Comcast, 21st Century Fox, CBS, Viacom, Time Warner*), a controlar a maior parte dos satélites, das telecomunicações, a televisão, a rádio, a internet, a indústria cultural e de entretenimento do mundo (ALER, 2006, p. 121). E a tendência, alerta Martín-Barbero, é por um número cada vez menor de *players* que acabam por falarem “com a voz de seu amo, de seu amo global e local” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 87), que homogeneízam os conteúdos e deslegitimam movimentos sociais, identidades e comportamentos “diversos”.

Neste momento, de globalização liberal, estão em lados opostos Mercado e Estado, setor privado e serviços públicos, indivíduo e sociedade. “Os grandes meios privilegiam seus interesses particulares em detrimento do interesse geral e confundem sua própria liberdade com a liberdade de empresa” (QUIROZ, 2006, p. 49). A autora peruana destaca que empresas de comunicação globais já dispõem de poder nos negócios que chega a ser maior que governos e Estados. Por isso, seria necessário um contra-poder ao poder midiático, algo como veículos de mídia alternativa.

RELAÇÕES INTERNACIONAIS, CONSTRUTIVISMO E MÍDIA

Com a dificuldade de explicar o contexto da Guerra Fria com precisão a partir das teorias existentes nas Relações Internacionais e o esgotamento do debate entre neorrealistas e neoinstitucionalistas, analistas passam a identificar outras nuances importantes no relacionamento entre Estados e na dinâmica do Sistema Internacional. O construtivismo nas RI ganha força e visibilidade com o ensaio de Onuf, na década de 1990, *World of Our Making - Rules and Rule in Social Theory and International Relations*, e de Alexander Wendt, em 1992, *Anarchy is what States make of it*. Atualmente, a linha teórica reúne um grupo diverso de autores e pluralidade de modelos teóricos. Além desses citados, destaque para Kratochwil.

A premissa básica entre os autores é quanto à relação existente entre os agentes e o sistema, marcada pela co-constituição e pela ausência da antecedência ontológica, que havia

sido muito debatida pelos realistas, dividindo os clássicos e os estruturalistas. A relação, afirma-se, está em presente construção e o sistema pode ser mudado, até certos limites, pelos agentes. É esta interação entre os atores que constrói os interesses e as preferências destes agentes (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 163). Os construtivistas exigem, assim, que o debate retorne ao primeiro dos grandes debates das RI, entre idealistas e realistas, sobre a ontologia - ou sobre a natureza do que se estuda. O foco da questão principal não seria quem veio primeiro, como anteriormente, mas concebe-se a ideia de mútua influência e adaptação.

Há outras ideias comuns. Uma delas seria a negação do princípio da anarquia do Sistema Internacional, já que este seria um conceito socialmente construído e, assim, poderia variar entre competição e cooperação. “Os processos de construção e reconstrução são permanentes e abrem espaço para contínua possibilidade de mudança” (ibidem, p. 167). Outra ideia apontada pelos autores é a identidade. Wendt explica que existe um processo de construção de identidades. Seu conceito é flexível, permitindo aplicação e adaptação devido às necessidades das políticas internacionais. Para ele, as identidades precedem os interesses e são formadas em dinâmicas que incluem a formação da identidade e da diferença (ibidem, p. 168). Surgem, para análise, outras categorias, como cultura e normas. Cultura como um conjunto de padrões avaliativos (normas e valores) e conjunto de padrões cognitivos (regras e modelos) que definem papel dos atores sociais em um determinado sistema, como operam e como se relacionam uns com os outros (KATZENSTEIN, 1996, p. 6 *apud* BARROSO, 2010, p. 16). As normas definem as expectativas coletivas de um comportamento adequado dos atores em dado contexto, podendo definir a identidade do ator ou prescrever comportamentos (KATZENSTEIN, 1996, p. 5 *apud* BARROSO, 2010, p. 16). As regras são afirmações que determinam às pessoas quais padrões de procedimento a serem seguidos em situações identificadas como similares. As regras determinam um padrão de conduta (BARROSO, 2010, p. 16).

A chamada Virada Linguística irá definir um campo de atuação diverso, com Onuf e Kratochwil de um lado, e Wendt de outro. Segundo Nogueira e Messari (2005, p. 168), a Virada Linguística põe a análise do discurso - e mais especificamente das regras e normas que organizam e regem o discurso - como central na análise dos eventos sociais em geral, e das RI em particular. É nesse sentido que construtivistas consideram que a realidade é socialmente construída. Da mesma forma, se coloca o debate sobre as normas no centro das RI. Para os construtivistas, as normas informam o discurso, e o discurso não seria apenas um instrumento para a ação política. Seria a própria ação política.

Kratochwil se inspira em Wittgenstein em relação ao ato de fala. Ele procurou identificar nos discursos - mais particularmente nas regras que regem e organizam estes discursos, as regras que permitem apreender sobre a realidade. A linguagem usada para se referir a esta realidade é que vai motivar os entendimentos e ações. Linguagem seria o fundamento da ação, portanto, a própria ação (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 170). Kratochwil salienta que a linguagem não meramente media o pensar, ela o torna possível. Constantemente repetidos, os atos de fala se transformam em convenções, caracterizadas como regras fracas, pois os agentes as aceitam apenas na medida que esse padrão regular de conduta se perpetue. Viram regra quando atores passem a considerar que devem agir sempre de determinada maneira (BARROSO, 2005, p. 31). Estas normas são utilizadas para justificar e legitimar o comportamento.

O coletivo social se apresenta como um importante elemento na análise construtivista porque é no âmbito da coletividade que se criam significados compartilhados (*shared meaning*) entre atores que dela participam. Estes significados compartilhados auxiliam na percepção do "mundo real", dos objetos e dos eventos sociais e formam um quadro de significados, que para Kratochwil, seria a cultura. A partir da linguagem, que limita e constrói os contextos sociais com suas regras regulativas e constitutivas, formam-se identidades que guiam o comportamento (BARROSO, 2010, p. 17; 37).

Por isso, a análise das ações dos agentes deveria consistir não na análise dessas ações, mas sim na análise das regras e normas que orientaram suas escolhas. Para Kratochwil, os processos de comunicação social e de intersubjetividade são centrais para o entendimento do processo por meio do qual as decisões e as ações dos atores são analisadas. Decorre disso a necessidade de analisar e entender as normas que organizam o discurso da tomada de decisão (NOGUEIRA & MESSARI, 2005, p. 171).

Onuf irá se inspirar em Habermas, Wittgenstein e no Direito, além de Giddens, para colocar que as RI não são nada mais que eventos sociais, que obedecem às mesmas lógicas e as mesmas regras que os demais eventos sociais. Discorda das perspectivas liberal e realista, que consideram a anarquia como principal atributo das relações internacionais. Segundo ele, anarquia não passa de uma construção social, fruto de regras, que pode ser mudada e transformada em processos de integração entre agentes e estrutura (ibidem, p. 172).

Onuf vê, como Giddens, que as regras são como uma propriedade da estrutura, uma propriedade material. As regras apresentam escolhas aos agentes e informam-lhes o que deveriam fazer. Os agentes devem se conformar ao que elas mandam (ibidem, p. 173).

Para Wendt, construtivismo é centrado nos Estados, e a anarquia será o que os Estados quiserem fazer com ela. Propõe redefinição de premissa realista, que diz que Estados irão agir em torno aos interesses nacionais. Para tanto, deve-se ver o que seriam esses interesses nacionais e para isso deve-se ver quais identidades que estão em sua origem. Ele é positivista, estabelece diálogo com teorias dominantes e com a cientificidade. Ideias e valores são centrais para qualquer análise e deveriam ser explicadas endogenamente (ibidem, p. 182).

O construtivismo permite uma série de novas reflexões nas RI, além da incorporação de novos atores. É o caso da mídia, vista como ferramenta do Estado com vínculos em relação à opinião pública, necessária para aplicação de algumas políticas, para acelerar ou constranger processo. Análises mais contemporâneas vêm construindo a compreensão do papel da mídia como um ator nas RI – o que parece variar a partir de uma série de elementos, como tempo, espaço e interesses diversos, que podem variar do político, social, econômico, seu ou de seus patrocinadores, locais ou transnacionais (impossível esquecer que a mídia vem se agrupando em conglomerados e as mídias em países periféricos são dependentes de mídias centrais).

Até o momento não há consolidação no debate sobre a mídia como ator internacional, devido principalmente à ausência de estudos neste sentido. Certo, entretanto, é que há impactos. Para dar sustentação à sua análise, que permeia o papel da mídia nas RI, Silveira destaca que "no Brasil, por exemplo, ainda são muito escassos os estudos em Relações Internacionais sobre a função dos meios de comunicação na política internacional". Cita Marinucci que expõe que "o ainda forte positivismo metodológico [nas Relações Internacionais] talvez seja uma explicação razoável para entender a dificuldade em se trabalhar com temas pouco convencionais como o papel da mídia no cotidiano dos países e na política internacional" (MARINUCCI, 2008, p. 45 *apud* SILVEIRA, 2008, p. 14). Expõe que o surgimento de novos atores nas últimas décadas deve levar em conta a mídia.

Um dos pontos que a teoria de interdependência aborda é o surgimento de múltiplos canais de contato entre a sociedade, ou seja, os Estados ainda são os atores mais importantes do cenário internacional, mas agora dividem o palco com atores transnacionais, como organizações internacionais, empresas transnacionais, ONGs. A mídia pode ser considerada nesse contexto, também como um ator transnacional de grande importância no cenário contemporâneo. (SILVEIRA, 2008, p. 17)

Gilboa destaca em seu artigo *The Global News Networks and U.S. Policymaking In Defense and Foreign Affairs*, de 2002, que vivemos em uma época em que há constante e intenso concurso de imagens, e o jornalismo é frontalmente afetado. Seja por propor análises em momentos de crise, pela constante necessidade de divulgação de fatos, pelos canais 24 horas, pelo alcance ao redor do globo, seja devido à repetição proposta. Isto faz com que

todos profissionais envolvidos nas tarefas se adequem a estes fatos - editores, jornalistas, políticos, especialistas e diplomáticos. A partir desse contexto, ele estuda o efeito CNN, assim chamado o efeito da televisão global no fazer político, no *policymaking* (GILBOA, 2002, p. 6). Em geral, em situações mais extremas, de guerras e intervenções humanitárias.

A partir de revisão bibliográfica, conclui que o efeito parece exagerado, mas pode ocorrer em situações raras, dramáticas e de cobertura intensa, falta de liderança e caótica produção de política. *“Many references to this effect suffer from a fundamental confusion between ‘controlling’ and ‘constraining’ or ‘pressuring’ policymakers. The two effects aren’t identical. Only ‘controlling’ matches the CNN theory, but evidence of “constraining” has been mostly used to validate it”* (GILBOA, 2002, p.13).

While there isn’t yet sufficient evidence to support the claim that global television is becoming a controlling actor in the formulation of policy toward international conflicts, it certainly affects many important dimensions of foreign policy and diplomacy. As such, it may be constraining rather than determining policy. By constraining this study means that while global news coverage may alter or even disrupt the routine policymaking process, primarily the work of the professional bureaucracy, and while leaders may have to reorder priorities, they don’t feel forced to follow a particular policy called for by the media or implied by coverage.
(ibidem, p. 14)

Gilboa irá propor que mídia afeta as RI a partir de quatro atuações diferentes. Pode ter papel "Controlador", substituindo a tomada de decisão, presente em intervenções em crises humanitárias (seria o efeito CNN), pode ter o papel "Constrangedor", constringendo a tomada de decisão, durante processo de tomada de decisão (a partir de política sendo feita em tempo real), pode ter o papel de "Interventor", mediando atividades em um contexto de mediação internacional, durante crises políticas, ou "Instrumental", promovendo negociações e acordos, em um contexto de resolução de conflitos, e atuando na diplomacia midiática. Este último conceito é semelhante ao conceito estabelecido para diplomacia pública. Gilboa explica que referências a este conceito em literatura profissional são muito confusos. Afirma que o conceito refere-se ao uso midiático por líderes para expressar interesse em negociações, construir confiança e mobilizar apoio público para acordos (GILBOA, 2002, p.741). Em relação às atividades específicas que podem estar incluídas nesta atuação, estão conferências de imprensa, entrevistas e vazamentos. Melissen ao analisar o conceito de diplomacia pública salienta que vínculos entre diplomacia, propaganda e construção da “marca”, mesmo de Estados, é antiga. Revela que a diplomacia pública é um instrumento-chave do *soft power* (MELISSEN, 2005, p. 4), e que a prática tem a ver com difusão de informação sobre política

externa no próprio país, mas principalmente em outro país, com interesses diversos como reforçar laços comerciais, políticos, sociais, criar oportunidades, defender interesses ou difundir valores nacionais ou regionais. Também pode ser desenvolvido por instituições internacionais⁵.

A pesquisadora Julia Camargo acrescenta ainda o papel da mídia como um ator conflituoso, ou seja, que provoca conflitos na arena política, difamando líderes ou apresentando informações não verdadeiras com finalidades específicas, em situações de crise em conflitos midiáticos (CAMARGO, 2008, p. 41).

Ao mesmo tempo em que exerce um papel importante como ator internacional de múltiplas faces e na difusão de informação, os meios de comunicação também podem ser um instrumento de manipulação e parcialidade, podendo gerar uma opinião pública tendenciosa. Há esse debate devido à existência do atrelamento dos meios de comunicação com governantes, grupos políticos, econômicos e até mesmo grandes corporações que ditam as regras em seu favor nesses *mass media*, o que comprometeria a veracidade da informação. (SILVEIRA, 2008, p. 26).

A teoria do *Manufacturing Consent*, elaborada por Herman e Chomsky, segue esta linha. Esta teoria analisa a mídia e seu discurso revelando os mecanismos de manipulação por trás da mídia. Ilustrando como o governo e os grandes empresários dos meios de comunicação cooperam para produzir uma máquina eficaz de controle de informação e propaganda no intuito de manipular as opiniões das pessoas. Além desta, Gilboa cita a teoria da *Indexing Hypothesis* (de Bennet), que contradizem à do efeito CNN ao apontar que a cobertura apenas reproduzirá interesses e opiniões do governo (GILBOA, 2005, p. 31). As teorias apontam, em seu ponto de consenso, que na ausência de uma liderança política, a mídia poderá assumir este papel.

The critical factor in all of these conclusions is leadership. If leaders don't have a clear policy on a significant issue, the media may step in and replace them. These situations, however, reflect more on leaders than on the media, and these conclusions don't require extensive research. Researchers have not adequately answered the question of whether global television can force leaders to alter a policy that they do have. (ibidem, p. 33)

5 Estes conceitos são importantíssimos e vêm sendo cada vez mais discutidos e analisados no campo das Relações Internacionais. Neste trabalho, entretanto, como a análise é do comportamento da mídia em relação a um determinado processo de integração regional, e não em torno à atuação específica do Estado neste processo de integração regional, o conceito é observado de modo não aprofundado. Leituras específicas futuras poderão ampliar os vínculos possíveis e teóricos em relação ao diálogo entre comunicação, processos de integração regional e relações internacionais.

Nesta relação entre mídia e Relações Internacionais, ainda existe a diplomacia pública, que é quando se utiliza da mídia de outro país para se comunicar com outras sociedades.

O MERCOSUL E A COMUNICAÇÃO PARA INTEGRAÇÃO

O Mercado Comum do Sul foi formalizado em 26 de março de 1991, com a assinatura, por parte dos presidentes da Argentina, do Brasil, do Paraguai e do Uruguai, do Tratado de Assunção, que constitui o bloco. Em 2012, passou a fazer parte como Estado Parte a Venezuela⁶. Mais recentemente, o país foi suspenso de seu direito a voto e veto. Além desses, temos a Bolívia como um Estado em adesão⁷, e Chile, Peru, Equador, Colômbia, Guiana e Suriname, como Estados Associados, que estão em processo de integração, mas não adotam integralmente a Tarifa Externa Comum. México e Nova Zelândia são observadores.

De viés econômico, a princípio, o MERCOSUL visava a formação de uma área de livre comércio, com livre trânsito de capital, bens e produtos. A missão do bloco, em seu Tratado, já apontava para a necessidade do desenvolvimento econômico feito a partir de justiça social. É uma resposta à tendência de consolidação de grandes blocos econômicos.

La misión implica necesariamente acrecentar los resultados en cuanto al crecimiento en el Producto Interno Bruto (PIB) —dadas sus potencialidades, el PIB de la región debería crecer más que el doble del crecimiento poblacional—; y mejorar la distribución de la riqueza pasada y la riqueza adicional permitiendo de esta manera mejorar la calidad de vida de los habitantes del MERCOSUR, atendiendo especialmente a las poblaciones más desposeídas bajo los principios de la justicia social. (CENTURION LOPEZ, 2016, p. 8).

Importante lembrar que o bloco foi criado a partir do interesse originário de Brasil e Argentina. Depois, Paraguai e Uruguai se juntaram. O objetivo, destacado no Tratado, é fazer frente aos novos arranjos globais no campo comercial. A ideia era de que juntos os países

⁶ Este artigo e pesquisa foram conduzidos em meio aos conflitos na Venezuela. Em dezembro, os países fundadores do MERCOSUL anunciaram que, em decorrência do descumprimento de normas do bloco, a Venezuela, a partir de 2 de dezembro, estaria suspensa. A suspensão, entretanto, leva em conta fatores diversos como de ordem política e econômica. Mais recentemente, em 5 de agosto, os países fundadores emitiram decisão sobre suspensão da Venezuela devido à aplicação do Protocolo de Ushuaia sobre compromisso democrático.

⁷ O Protocolo de Adesão da Bolívia foi assinado em 17 de julho de 2015. Atualmente, falta apenas Brasil aceitar, via Congresso Nacional, que ocorra a incorporação da Bolívia ao MERCOSUL. O processo encontra-se em tramitação na Representação Brasileira do Parlamento do MERCOSUL e deve entrar em breve na agenda da Comissão de Relações Exteriores da Câmara.

eram mais fortes na hora de negociar com outros blocos e atores do sistema internacional. Na prática, o bloco foi bastante benéfico a todos os países. O comércio intrabloco foi enormemente ampliado, principalmente devido à eliminação em quase todos os casos de impostos alfandegários, entre outras taxas da mesma espécie – um dos princípios básicos do processo. De todo modo, alguns produtos por país foram incluídos na chamada Lista de Exceção à Tarifa Comum, o que permite cobrança diferenciada de alíquota em produtos considerados chave a alguns países. O Brasil, por exemplo, pode manter 100 produtos nesta lista até 2021.

O Mercado Comum implica em livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos entre os países, por meio de eliminação de direitos aduaneiros e restrições à circulação de mercadorias, o estabelecimento de um imposto externo comum e a adoção de uma política comercial comum em relação a terceiros e a coordenação de posições em fóruns econômico-comerciais regionais e internacionais, a coordenação de políticas macroeconômicas e setoriais entre os Estados Partes, o compromisso quanto à harmonização de suas legislações, para fortalecer o processo de integração. São objetivos, também, uma integração latino-americana, preparar países a competitividade externa, ampliar a oferta e qualidade de bens e serviços, uma boa inserção internacional e promoção de desenvolvimento científico e tecnológico.

Já quando dos primeiros anos, foi identificada a necessidade de trânsito de profissionais, estudantes e de facilitar o deslocamento e a residência entre cidadãos do bloco. Por meio de debates sobre o trabalho é que se incorpora a dimensão social da integração ao bloco, que tem a ver, principalmente, com os direitos dos cidadãos de um determinado país em outro país. E neste rol, figuram direitos à residência, à educação, ao comércio justo, à saúde, e tantos outros. Em seus 26 anos, o bloco construiu institucionalidade para conseguir dar conta de desafios que incluem a assimetria dos países, a alta competitividade global, a instabilidade política e econômica regional. Atualmente, conta com instâncias decisórias, como o Conselho Mercado Comum (CMC), o Grupo Mercado Comum (GMC), com seus subgrupos de Trabalho, Comissão de Comércio do MERCOSUL (CCM), instâncias consultivas, como a Comissão Parlamentária Conjunta (CPC), o Foro Consultivo Econômico - Social (FCES), além de instância operativa, como a Secretaria. Atualmente, existem órgãos especializados, como o Instituto Social do MERCOSUL, responsável por aportar em políticas públicas sociais regionais, e o Instituto de Políticas Públicas em Direitos Humanos, além do Tribunal Permanente de Revisão e o Parlamento MERCOSUL. Ainda, há uma série de Reuniões Especializadas, em diversos temas, que reúne responsáveis, técnicos e sociedade civil em torno a uma série de assuntos, como Mulheres, Afrodescendentes, Juventude, Saúde,

Trabalho, Agricultura Familiar, Cultura e Comunicação Social. O bloco conta, ainda, com um Fundo de financiamento, o Fundo de Convergência Estrutural do MERCOSUL, voltado a financiar obras e projetos que diminuam as assimetrias entre os países.

COMUNICAÇÃO PARA INTEGRAÇÃO

Importante compreender alguns elementos que compõem a chamada "Comunicação para Integração", reflexões promovidas no âmbito da Comunidade Andina, para perceber a dinâmica em relação ao MERCOSUL. São elementos importantes para a construção da análise do capítulo posterior. Caparrós recorda que depois da fase instável de conquista e saque em que as sociedades se consolidaram (a partir de moldes europeus), já foram 200 anos de desintegração no território latino-americano, em que todo trabalho social (via instituições sociais como escola, mídia, igreja, família) foi feito visando criar a diferença (CAPARRÓS, 2006, p. 94-97). Ele questiona: "seriam as imagens comuns a violência, o atraso e a pobreza?". As diferenças estabelecidas pelas fronteiras políticas e geográficas poderiam gerar curiosidade, mas Norbert ressalta que são responsáveis por inculcar o medo em cada um.

Katya Rudón apresenta a América Latina como uma região não homogênea, nem política e nem econômica. Explica que "mesmo que exista uma mesma tradição cultural, esta se torna difusa se a pensamos desde a existência de uma identidade que nos possibilite pensar em propostas conjuntas de desenvolvimento" (RUDÓN, 2009, p.18). Para que se forme esta identidade de encontro é preciso um processo de comunicação que evoque, na sociedade, um certo sentido comum, tornando possível a construção de uma comunidade plural que prime pelo reconhecimento das diversas identidades e respeito mútuo (ibidem, p.18).

O debate sobre integração apresenta que este significa um arranjo em busca de resolução pacífica, harmônica e integrada de problemas e problemáticas comuns e contemporâneas, tendo em vista o desenvolvimento regional e de cada um dos países, além da paz e segurança da região e a melhoria de qualidade de vida para a população. Dessa forma, reafirma-se a soberania de cada Estado, a diversidade geral, a proteção dos povos, das línguas e das etnias, lembrando sempre este passado e território comum. Para que se crie semelhanças, entretanto, será necessário reforçar as diferenças entre aqueles não integrados.

A comunicação terá de saber vencer a desconfiança, a intolerância e trasladar esta experiência de ilhas de integração a espaços maiores. "*Debemos apostar en este labor de persuasión por la solidaridad, que es el concepto esencial para diferenciar la integración verdadera de lo que es una simple articulación de mercados*" (ROSALES, 2006, p. 18).

Para fortalecer a integração desde a comunicação, Rudón (2009) nos lembra que não é suficiente estar informados, senão lograr suprir deficiências "no sentido dos discursos". Para que se alcance o logro, deve ser construída uma linguagem comum, além da construção de redes de instituições que trabalhem no campo da comunicação para a integração (universidades, centros de estudos, ONGs). Para Rojas (2006), a construção de narrativas menos formais e mais próximas à cidadania é necessária e isso se dará a partir da produção de novos sentidos, chave para construir visões regionais de desenvolvimento social e econômico no âmbito regional e impulsionar processos participativos. Isto só poderá ser alcançado com o reconhecimento e respeito pelas diferenças, gerado a partir da abertura de espaços de diálogo intercultural por meio da comunicação.

Os meios não contribuíram e não vêm contribuindo com a integração. Inclusive, criaram os chamados cimentos simbólicos de desintegração. Primeiro, durante as ditaduras na América Latina, como com o Plano Condor que implantou a cultura de silêncio. Mais recentemente, os grandes meios têm parecido atuar com o mesmo papel, atacando os processos integradores e reivindicando processos que fortalecem a ditadura do mercado.

Há relação de responsabilidade do meio com a sociedade, há uma função social, uma dívida. Sendo assim, os meios devem proporcionar informação com qualidade suficiente para que possa transformar-se em liberdade. O meio poderá optar pela esperança ou desesperança. Informações repetidas sobre os fracassos criam vazios, sentimento comum de derrota e de impotência frente a desesperança (RESTREPO, 2006, p. 82). Dessa forma, Restrepo lembra que para integrar há que se apresentar a esperança, as oportunidades e uma agenda positiva.

Taupier alerta, a partir da pesquisa de Lozano, que um baixo índice de notícias que circulam na América Latina é sobre acordos comerciais e integração econômica. Sobre a autoria de informações, 34,1% são de agências. Destaque para os temas econômicos, futebol, democracia e política exterior. Além disso, o enfoque é bilateral e não regional, com apontamentos reiterados acerca de que a estrutura não é sólida (TAUPIER, 2010, p. 6).

Um dos elementos mais significativos para uma comunicação para a integração seria a construção da cultura de integração, irradiada por meio de comunicação, com o objetivo de tornar presente o espírito da integração na sociedade. Sendo assim, deve-se realizar repasse de informação de qualidade (sobre o processo em si, andamento e benefícios) e que ampliem a noção de cidadania da população, além de trabalhar quanto à produção de sentidos, que deverá respeitar (e ressignificar se o que for observado for negativo) a cultura, comportamentos, identidades e toda diversidade, repetindo símbolos do bloco.

Para Caparrós, é necessário "*hacer de la integracion um valor deseable*" (CAPARRÓS, 2006, p. 97). Deve-se buscar uma cultura de paz e de reconhecimento das diferenças. Estereótipos não podem ser aceitos. Para ele, a falta de interesse e inteligência de editores, que não entendem a influência e o impacto do internacional, criam esses arquétipos. Para Rojas, se deve informar sobre tropeços, sucessos e experiências dos blocos e explicar como a integração se dá na prática. Ainda, se deve informar sobre cada um, afinal nos conhecemos pouco (ROJAS, 2006, p. 67). Deve-se lutar por reconhecimento e informar sobre a cidadania plena dos habitantes dos blocos (inclusive em outros países), com observância de pleno exercício de direitos, sem marginalização e exclusão (ibidem, p. 68). Quiroz coloca que a constituição de nossa democracia deve girar cada vez mais em relação a ética, dos valores e da cultura (QUIROZ, 2006, p. 148).

ANÁLISE

O recorte temporal de dois anos deve-se à necessidade de que a análise fosse atual (neste sentido, acompanhando material mais recente, ou seja, até o início do segundo semestre), e, ao mesmo tempo, conseguisse abarcar um período que incluísse momentos de presidência *Pro Tempore* do bloco. O G1 foi escolhido para esta análise por ser o maior veículo online do Grupo Globo, o maior do país, e por permitir acesso gratuito e livre de assinaturas, podendo ser utilizado por qualquer cidadão com acesso à internet. O objeto MERCOSUL vem ao caso devido ao interesse em identificar a proposta editorial nacional brasileira em torno ao tema integração regional. Neste caso, o bloco é considerado o mais significativo ao país.

A metodologia de análise de conteúdo se destina a classificar e categorizar qualquer tipo de conteúdo, reduzindo suas características a elementos-chave, tornando-os comparáveis. Neste sentido, utiliza-se para descrever conteúdos de meios de comunicação (CARLOMAGNO E ROCHA, 2016). Dessa forma, ainda, trata-se de pesquisa quantitativa-categórica, mesmo que, por vezes, se verifique qualidades. Os dados foram tabelados a partir de categorias, definidas a partir de regras claras, formais, precisas e objetivas, com categorias excludentes, não muito amplas, contemplando todos os conteúdos possíveis, comparáveis (ibidem, p. 177-182). A partir das hipóteses definidas, foram definidas as categorias que encontrariam essas respostas, sendo definidas, na sequência, as regras e variáveis possíveis. Estas orientações foram dadas pelo trabalho de Carlomagno e Rocha (2016).

Anteriormente à pesquisa em si, foram, então, definidas as categorias analíticas, que seriam:

- Data de publicação (informar mês e ano);
- Editoria em que matéria jornalística foi encontrada;
- Autoria (se era de produção própria do G1, com apoio de agências de notícia ou de outros veículos, ou de agências de notícia);
- Fontes citadas na matéria (com especial relevância em caso de serem fontes governamentais ou autoridades do bloco);
- Fontes que realizam declarações expressas (de modo direto ou indireto);
- Dimensão do fato principal (classificar entre dimensão econômica, política, social, securitária, local ou regional);
- Objeto principal da nota;
- Tema (categoria definida para abarcar diversos objetos).

Foi construída uma tabela que visava ao preenchimento de todos os itens acima propostos, além do título, do texto completo, do *link* para acesso online e um campo reservado a percepções acerca de uma ou mais categoria, que podem ser usadas em uma segunda análise. Antes da pesquisa, ainda, foram definidos critérios para a classificação em dimensões. Em econômica estariam notícias que abordassem, no título e na maior parte textual, questões econômicas do bloco, como possibilidades ou execução de acordos comerciais, relativas a tarifas, exportações ou importações, conflitos aduaneiros; Em política estariam notícias que abordassem, no título e na maior parte do texto, elementos de âmbito político, como declarações ou ações de autoridades acerca de determinados interesses que não exclusivamente econômicos, de interesses relativos à institucionalidade do bloco ou sobre o próprio bloco; Em social estariam notícias relacionadas à dimensão social, ou seja, vinculados a cidadania, direitos humanos, saúde, educação, emprego, desenvolvimento social, esporte, cultura, entre outros; Em securitização, notícias vinculadas a operações militares relacionadas aos países, apoios no âmbito de defesa, em especial em âmbito de fronteira; em local estariam as notícias que se apossam do termo MERCOSUL, situando objeto em determinado espaço geográfico, e em regional, quando trabalham o termo fazendo menção à região geográfica, não ao bloco, de modo a fazer comparação entre países. Em relação ao tema, definiu-se que depois de uma classificação inicial, seriam criados os grupos temáticos, agrupando objetos similares. Em objeto, se descreve o principal objeto da notícia, vinculado ao bloco.

A partir dessas diretrizes, iniciou-se a busca no acervo *online* do veículo G1. Foi utilizado o descritor MERCOSUL no campo de busca, acreditando que ele seria suficiente para definir o acervo de notícias a ser classificado. Acredita-se que o termo seja de uso

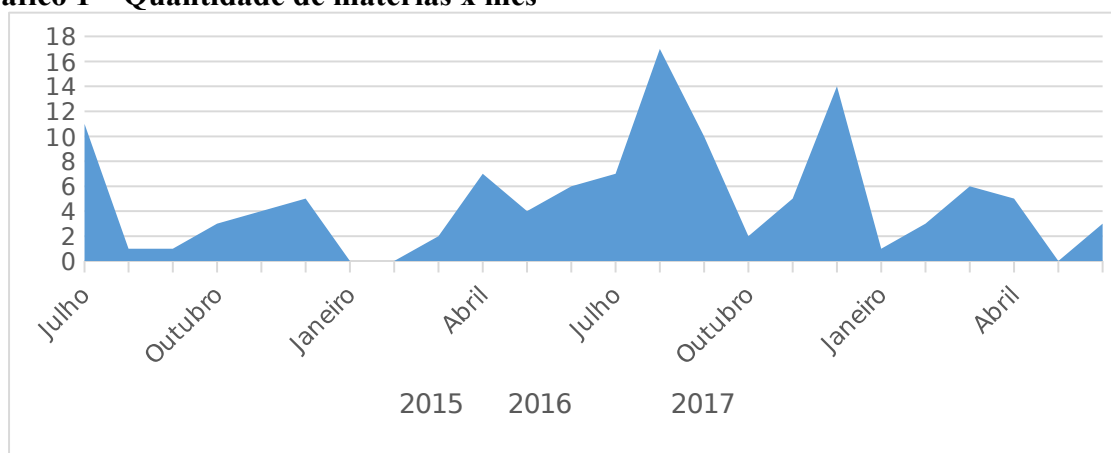
obrigatório em matérias sobre o bloco, sendo desconhecido o uso de qualquer sinônimo, mesmo seu nome ampliado, de Mercado Comum do Sul, não é de uso popular.

A partir da busca, foram encontradas centenas de matérias de referência, que estão no Apêndice. Aquelas matérias produzidas entre 1 de julho de 2015 e 30 de junho de 2017 foram copiadas na íntegra a um documento de texto, passando a compor a análise. Dessa forma foram encontradas 117 matérias com o termo MERCOSUL nos últimos dois anos. Todas foram lidas e classificadas segundo os critérios expostos acima, gerando os dados que serão expostos a seguir. A busca foi feita apenas na aba “notícias”, e não vídeos ou áudio, por exemplo, sendo obrigatório o elemento texto em todas.

a. Quanto à data de publicação

O Gráfico 1 apresenta o quantitativo de matérias por mês. Há meses de produção nula utilizando o termo MERCOSUL, como janeiro e fevereiro de 2016, e maio de 2017; meses de uma única produção, como agosto e setembro de 2015, e janeiro de 2017; e meses em que há elevado destaque, como julho de 2015 (11), abril e julho de 2016 (7), e os mais elevados, de agosto de 2016 (17) e dezembro de 2016 (14). Os meses de julho e dezembro, em geral, concentram atividades de transição da Presidência *Pro Tempore*, com realização da tradicional Cúpula dos Presidentes dos Estados Partes. Em 2016, especificamente, os desencontros em torno à transição da Presidência *Pro Tempore* do Uruguai à Venezuela, particularmente, marcam os meses de julho e agosto de 2016, e a decisão de suspensão da Venezuela do bloco marca o mês de dezembro de 2016, conforme se apresentará.

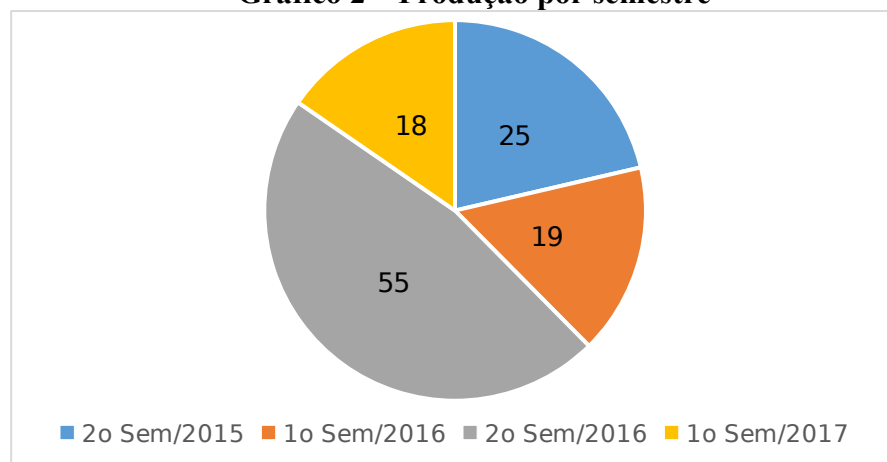
Gráfico 1 – Quantidade de matérias x mês



Fonte: Elaboração própria

Em relação à produção por semestre, temos a maior parte, 55 matérias (47%), lançadas no segundo semestre de 2016, após o fim da Presidência *Pro Tempore* Uruguiaia. Durante o segundo semestre de 2015, que acompanha o fim da Presidência *Pro Tempore* brasileira e a Presidência *Pro Tempore* Paraguaia, foram produzidas 25 notas (21%). Na sequência, 19 notas no primeiro semestre de 2016 e 18 notas no primeiro semestre de 2017.

Gráfico 2 – Produção por semestre



Fonte: Elaboração própria

b. Quanto à editoria de publicação

A maior parte das notícias foi publicada na editoria Mundo (53), seguida por Economia (19) e Política (18). Esta categoria é importante, pois, em geral, cada editoria possui elementos específicos de abordagem acerca dos fatos. Foram publicadas 15 notícias em páginas regionais do G1, de estados, que nem sempre têm alcance nacional. Em outros veículos do grupo Globo, com exibição também via portal do G1, foram 12 notícias, algumas oferecidas a públicos especializados, como Autoesporte (com notícias automobilísticas) e Globo Rural (com notícias específicas do âmbito agropecuário).

Tabela 1 - Notícias por editoria

Mundo	53
Economia	19
Política	18
G1 Regional	15
Veículos específicos	12
- Autoesporte, J. Nacional	3 (cada)
- Globo Rural	2
- Globo News, Hora 1, J. Globo, JH	1 (cada)

Fonte: Elaboração própria

c. Quanto à autoria das matérias

A maior parte das matérias foi produzida pelo próprio grupo Globo (79, 67,5%), sendo 9 (7,6%) com produção explícita do G1 com Agências de notícias. Outros 32,5% são matérias de Agências, que, em geral, são apenas reproduzidas pelo veículo. Estas Agências podem, ou não, oferecer conteúdo fazendo menção ao Brasil, ou realizar a produção a partir do Brasil. Em relação à produção do G1, ao menos 31 (26,4%) foram produzidas em Brasília, próximo ao Poder Executivo e Ministério de Relações Exteriores. Em relação às Agências, 18 notícias são da *France Presse*, empresa Francesa (ou seja, 15,3% do total, e 47,3% em relação às Agências), seguido pela espanhola *EFE* e pela *Reuters* (7 cada, ou seja, 6% total cada). Foram publicadas três notícias da brasileira Estadão e uma da alemã *Deutsche Welle*, da norte-americana *Associated Press*, e da inglesa *BBC*.

Tabela 2 - Autoria das matérias

67	G1
38	Agências
12	Demais veículos Globo

Fonte: Elaboração própria

Tabela 3 - Matérias por Agência

France Presse	18
EFE	7
Reuters	7
Estadão conteúdo	3
AP	1
BBC	1
Deutsche Welle	1

Fonte: Elaboração própria

Ao cruzar as informações provenientes de Editoria com as de Autoria observa-se que as notícias produzidas por Agências não são utilizadas nem na editoria de Política e nem pelos escritórios regionais. Em Economia, 10 de 19 notícias sobre MERCOSUL são provenientes de Agência, ou seja 52,6%; Em Mundo, são 25 de 53 integralmente reproduzidas de Agências (ou seja 47,2%), e outras 9 com apoio, chegando a 64,15%. Em relação às especializadas, Autoesporte reproduz 1 de 3 (33%), e Globo Rural, 2 de 2 (100%).

d. Quanto às fontes citadas

As fontes foram listadas, mas uma depuração quantitativa específica exige metodologia mais adequada. Em síntese, pode-se afirmar que o maior número de citações são para os Presidentes dos Estados Partes e Ministros de Relações Exteriores, além de suas unidades de trabalho, como Itamaraty. Em muito menor número, há citação a Presidentes e Chanceleres de outros países fora do bloco, Ministros de Estado brasileiros e Congressistas. Outros blocos de integração e o Conselho Mercado Comum também são citados algumas

vezes como fontes. Em baixíssimo número de citações, autoridades e funcionários do bloco, ou representantes do PARLASUR, unidades institucionais, documentos ou normativas do MERCOSUL, ou fontes aleatórias, como empresas, colégios e prefeituras.

e. Quanto às fontes com declaração

Esta categoria também exige um trabalho de depuração específico, de quantificação. De todo modo, se percebe ao listar as fontes que realizam declaração nas matérias, que a maior parte de declarações é proferida por presidentes ou Ministros de Relações Exteriores dos Estados Partes. São pouquíssimas declarações de coordenadores nacionais no bloco, e funcionários do bloco falam apenas em *off*. Nas 117 matérias foram identificados dois especialistas e alguns ministros de Estados e presidentes de outros países, além de alguns estudantes, empresários e autoridades locais, de modo esporádico.

f. Quanto à Dimensão do fato noticiado

Identifica-se que a maior parte das matérias aborda, em sua principal parte, elementos da dimensão política do bloco, ou seja, vinculados a interesses de Estados, sem conteúdo essencialmente econômico ou social. São declarações sobre questões do bloco, em eventos políticos, sobre a institucionalidade, como em relação à Presidência *Pro Tempore*, sobre perspectivas. Deste grupo fazem parte 70 matérias, ou seja, 59,8%. Outras 29 (24,79%) abordam questões econômicas, ou bilaterais, ou referentes a empresas, produtos e exportações. Aqui, se enquadram as matérias, mesmo meramente declaratórias, que tinham como foco acordos comerciais do MERCOSUL com União Europeia ou Aliança do Pacífico, por exemplo. A dimensão social, que inclui temas mais relevantes à cidadania, como ações conjuntas dos Estados em torno a desenvolvimento social, saúde, educação, direitos humanos, entre outros, foi foco de 11 matérias, ou 9,4%. O termo MERCOSUL foi utilizado 5 vezes buscando fazer referência a eventos internacionais. De modo escasso, uma vez, foi tratada a dimensão da securitização, e o termo foi usado de modo a propiciar uma análise regional (no caso específico, com questões como educação, a partir de dados da ONU para a região).

Tabela 4 - Matérias por Dimensão

Política	70	59,8%
Econômica	29	24,79%
Social	11	9,40%
Local	5	4,27%
Securitização	1	0,85%
Regional	1	0,85%

Fonte: Elaboração própria

g. Quanto ao tema

De acordo com a classificação desta pesquisa, das 117 matérias, 48 destacam a situação da Venezuela (seja em torno ao impasse sobre a Presidência *Pro Tempore*, com 29 notas, sobre a suspensão do país do bloco, com 15, ou sobre possibilidade de acionamento da Cláusula Democrática, com 2); Na sequência, 17 matérias referentes a necessidade e potencialidade de efetivação de acordos comerciais do bloco com outros blocos, em especial União Europeia e Reino Unido, com 15, mas também com Aliança do Pacífico e EFTA, com 1 cada; Depois, destaque para matérias sobre a Cúpula do MERCOSUL, com 13 ao total, sobre perspectivas do bloco, com 9, e sobre o comércio intrabloco, com 7. O tema da educação aparece na sequência, com 6 matérias, seguido por mencionar o MERCOSUL como espaço geográfico, em 5 matérias. Com três menções, o evento de 25 anos do bloco, comemorado em março de 2016, e a adoção de placas de automóveis similares nos Estados Partes. Com duas menções, a chamada Situação Brasil, em que a ex-presidente Dilma Rousseff fala sobre a possibilidade de acionar a cláusula democrática do MERCOSUL devido ao seu processo de *impeachment*.

Tabela 5 – Temas

Situação Venezuela	48
Acordo Comercial	17
Cúpula MERCOSUL	13
Perspectivas	9
Comércio intrabloco	7
Educação	6
Referência Geopolítica	5
25 anos	3
Placas MERCOSUL	3
Situação Brasil	2
Argentina assume PPT	1
Harmonização legislativa	1
Patrimônio Cultural do MERCOSUL	1
Securitização	1

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste estudo, foi possível reunir informações significativas sobre o conteúdo produzido pelo G1 sobre o MERCOSUL. Neste sentido, foram confirmadas as duas hipóteses iniciais, de que a cobertura é a respeito de temas políticos, em detrimento de benefícios

econômicos e sociais, e de que as coberturas levam em conta, mais, as declarações de autoridades nacionais, como presidentes e Chancelarias, em detrimento à institucionalidade do bloco. Dessa forma, os interesses nacionais de âmbito político é que são melhor apresentados à comunidade, o que faz com que a agenda do bloco não esteja presente no noticiário, e logicamente, no imaginário da população.

É possível compreender que os meios de comunicação podem influenciar na construção ou efetivação de política externa específica. Isto, pois, podem ampliar ou diminuir idealizações significativas referentes, por exemplo, ao processo de integração regional, como em relação à projeção na sociedade de um projeto comum, concepção aportada pela comunicação para a integração. De todo modo, o impacto real e preciso de meios de comunicação nesta construção de política externa exige elementos conceituais e teóricos mais amplos para definições mais precisas, o que se destaca como uma necessidade ao campo tanto da comunicação, como de Relações Internacionais. Esta pesquisa permite perceber que o grau de relação entre política externa e mídia pode ser alto, principalmente em caso de ausência específica de autoridade ou projeto nacional nesse campo, conforme destaca Gilboa (2002). Esta reflexão pode utilizar-se das contribuições construtivistas para definir metodologias e abordagens teóricas mais adequadas. No campo da comunicação, há também uma necessária sistematização das experiências e abordagens teóricas relativas ao fazer da comunicação para a integração, que podem receber influência da Escola Latino-Americana de Comunicação, da Economia Política da Comunicação e da Comunicação para o Desenvolvimento.

Especificamente em relação à pesquisa, entre os dados mais significativos é de que há espaço para se tratar do tema MERCOSUL em veículos tradicionais como Globo, em especial os mais elásticos, como veículos online. Isto é representado pelo alto número de material produzido a respeito da Situação Venezuela. De todo modo, pode ser observada uma ausência de interesse, uma determinada postura editorial e um modo de produção sobre o tema. Estes elementos precisam ser compreendidos e respeitados, para que seja possível melhor difundir os processos de integração como do MERCOSUL. Neste sentido, destaca-se que uma pesquisa que utilize os mesmos parâmetros pode ser conduzida em outros países do bloco, para verificação do material lá encontrado, e depois, de modo comparativo.

Observou-se um grande espaço destinado à dimensão política do bloco na mídia, em especial por conta da Situação Venezuela. As editorias de Política, Economia e Mundo trataram de trabalhar o tema, com apoio ou não de Agências internacionais. Questões mais significativas, como o aniversário de 25 anos, receberam atenção infinitamente menor (48 x 3).

Neste sentido, importante observar que a dimensão política vem sendo mais trabalhada que a dimensão econômica, e muito mais do que social. A partir desses dados, se observa que a população média brasileira que recorre a meios de comunicação tradicionais como G1, não será informada de modo amplo sobre fatos que envolvem o bloco, do qual, também faz parte. O bloco, desse modo, pode parecer apenas uma instância de articulação política regional. Interessante também observar que a dimensão econômica é traduzida, em maior parte, pelo interesse no acordo com a União Europeia, que teve maior número de matérias específicas produzidas, com 15. O número é duas vezes maior que o número de matérias referentes a questões comerciais do interior do bloco, como relativas à importação, exportação ou questões tarifárias. As perspectivas estão sempre em análise, com observações constantes de como deveria ser. Isto, a partir de declarações de Chefes de Estado, ministros, chanceleres ou empresários.

O bloco, devido a sua presença no imaginário dos cidadãos, é mencionado cinco vezes enquanto espaço geográfico, seja para realização de análise de indicadores com outros países do bloco, seja enquanto território específico regional, para determinação de vocação internacional a eventos locais. Os fatos da dimensão social que conseguiram ultrapassar determinadas barreiras editoriais são relativos à educação (em especial iniciativas do Setor Educacional do MERCOSUL, como Programa Parlamento Jovem do MERCOSUL ou Caminhos do MERCOSUL), mas com visibilidade, estadual e não nacional.

Em relação à autoria do material, são significativos os dados encontrados, já que apresentam que 50% do material produzido sobre MERCOSUL em Economia e Mundo, advém, integralmente de agências de notícia, que, à exceção da Agência Estadão, do Estado de São Paulo, com três notícias circuladas, são sediadas em outros países, em geral Europa. A editoria Política, por outro lado, já produz sem influência dessas agências, a partir do escritório de Brasília, mais vinculado ao Chefe do Executivo e Ministério de Relações Exteriores. O cenário apresentado permite perceber, em síntese, que as informações sobre o bloco fazem parte da dimensão política da integração, estas são produzidas, em maior número, em Brasília. Notícias de âmbito econômico, em relação à editoria, e mundo são provenientes, em maior parte, de Agências europeias de notícias, com destaque para a *France Presse*, que contribuiu a 18 notas, em sua maior parte, de modo integral.

Em relação às fontes ouvidas ou citadas, observa-se que o maior número é referente a Ministros de Estados e Presidentes, que parecem conduzir o processo de integração. Especialistas, cidadãos, organizações da sociedade civil, organizações representativas ou empresas aparecem em número muito pouco significativo. Devido ao fato da produção ser

feita por agências europeias, nos casos correspondentes, são representantes de sindicatos europeus que defendem seus pontos de vista. Este acervo pode gerar outros trabalhos que deem conta das especificidades desses temas. Ainda sobre as fontes, em geral, autoridades do bloco não são fontes. Alguns funcionários falaram, em *off*, sem que fossem revelados nomes.

Dito tudo isso, parece evidente observar que o maior veículo de informação *online* do Brasil, o G1 trabalha o bloco a partir de perspectiva política, sem interesse em abordar elementos sociais da integração, e relegando espaço até mesmo, à integração econômica. Este elemento alinhado à produção de informação sediada em outros países, permite que percebamos que estamos deixando a população ser informada sobre o processo, maiormente, por agências internacionais, o que pode ser prejudicial à soberania nacional e mesmo regional.

Ainda, a revisão teórica proposta via construtivismo, incluindo a mídia no jogo, enquanto ator internacional emergente, abre espaço a análises significativas. Importante perceber que a formação dos discursos, já proposta na Virada Linguística, via mídia, tanto em relação ao que é exposto, tanto em relação ao que não aparece, é significativo e é a construção de um discurso político. Desta forma, e observando a mídia como um ator internacional, pode-se supor que esta procura inferir, por meio de suas notícias, na condução de determinados processos. No caso da integração regional do MERCOSUL, por exemplo, retirar peso do processo de integração em si, de suas ações e benefícios, pode ser uma orientação pré-determinada, com interesses específicos (de fundo político e econômico, em especial de âmbito internacional). A não legitimação do bloco na sociedade, estrategicamente, por exemplo, serve a interesses internacionais que propõe a primazia de acordos bilaterais e de livre comércio, sobre integrações mais profundas. Se a linguagem torna possível o pensar, como propõe Kratochwill, faz sentido que não se evoque nessas notícias (e como foi observado) sentimentos como esperança e pertencimento a uma região. Dessa forma, faz sentido expor apenas elementos mais burocráticos, caos e instabilidades do processo, deixando demais elementos presos na tal espiral do silêncio. Isto para que se evite a concretização desses pontos em regras e normas, e os significados compartilhados.

Por fim, se identifica que o debate sobre comunicação internacional é urgente e mexe demais com países e com seus poderes estabelecidos, sinal de que há interesses significativos em torno à mídia e o discurso que propaga. A transnacionalização das empresas de mídia é realidade e parece um ponto de difícil retorno. Por isso, legislações nacionais e regionais podem ser definidas, protegendo soberania e desenvolvimento. Conforme se propõe autores citados no estudo, mídia é protagonista no uso do *soft power* – e da mesma maneira que as

bases militares podem servir à organização, estratégia e domínios locais, assim será com a mídia em torno a esse poderio, irradiando mensagens de seu interesse, a partir de seus valores e pontos de vistas, com o apoio de agências de notícias e dos próprios meios tradicionais.

REFERÊNCIAS

ALER. Voces de América Latina en libre vuelo. In: ROSALES, Blanca (Org.). Comunicación para la Integración. Lima, 2006. P. 117-123.

BARROSO, Juliana. Análise do contexto intersubjetivo: A política diplomática de promoção da democracia dos Estados Unidos para a América Latina no Pós-Guerra. Tese apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2010.

BELTRÁN, L. R.; CARDONA, E.F. Comunicação Dominada. Rio de Janeiro: Paz e Guerra, 1981.

BORDENAVE, J. O que é comunicação. Brasília: Brasiliense, 1997.

CAMARGO, Julia Faria. Ecos do Frigor: a invasão do Iraque em 2003. A mídia internacional e a imprensa brasileira. Dissertação de mestrado apresentada ao Instituto de Relações Internacionais da Universidade Brasília. Brasília: UnB, 2008. Disponível em <www.repositorio.unb.br/handle/10482/1307>. Acesso em 9 mai. 2017.

CAPARRÓS, M. Tensiones de la integración de la agenda mediática. In: ROSALES, Blanca (Org.). Comunicación para la Integración. Lima, 2006. P. 95-103.

CARLOMAGNO, Márcio, ROCHA, Leonardo Caetano. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: Uma questão metodológica. In: Revista Eletrônica de Ciência Política, vol. 7, n. 1, 2016.

CENTURION, Aldo. La Dimensión MERCOSUR – El Tratado de Asunción, la libre circulación, beneficios y costos del MERCOSUR, Estructura Institucional. Volumen 1. 2016.

CHOMSKY, N., Herman, E. Manufacturing Consent. NY: Vintage Books, 1994.

GARCÍA CANCLINI, N. Latinoamericanos buscando lugar en este siglo. Buenos Aires: Paidós, 2002.

GARCÍA CANCLINI, N. Culturas híbridas, poderes oblíquos. In Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4ª ed. Trad. Heloíza Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. São Paulo: EDUSP, 2006.

GENRO FILHO, A. O Segredo da Pirâmide. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987. Disponível em: <www.adelmo.com.br>. Acesso em 4 mai. 2015.

GILBOA, Eytan. The Global News Networks and U.S. Policymaking In Defense and Foreign Affairs. In: ‘The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy’. 2002.

Disponível em <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/2002_06_gilboa.pdf>. Acesso em 9 mai. 2017.

GILBOA, Eytan. The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. In: *Political Communication*, n. 22, 2005. P. 27-44. Disponível em <http://www.guillaumenicaise.com/wp-content/uploads/2014/08/Gilboa_the-cnn-effect.pdf>. Acesso em 9 mai. 2017.

MARINUCCI, Raquel Boing. Mídia e Relações Internacionais. *Universitas Relações Internacionais*, v. 6, 2008. P. 43-52.

MARTÍN-BARBERO, J. *Ofício de cartógrafo*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

_____. *La integración como agenda midiática*. In: ROSALES, Blanca (Org.). *Comunicación para la Integración*. Lima, 2006. P. 87-94.

MARQUES DE MELO, J. *Comunicação Social: teoria e pesquisa*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.

MARQUES DE MELO, J. *Sociologia da imprensa brasileira*. Petrópolis, Vozes, 1973.

MELISSEN, Jan. *The New Public Diplomacy – Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

MIEGE, B. *O Pensamento Comunicacional*. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

NYE, Joseph. *Paradoxo do poder americano*. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

NYE, Joseph. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004.

NOGUEIRA, João Pontes; MESSARI, Nizar. *Teoria das Relações Internacionais*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

OLIVEIRA, Rafael Santos de. *A mídia como ator emergente das Relações Internacionais: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas*. Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2010. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/94242/284318.pdf?sequence>>. Acesso em 9 mai. 2017.

PARRA, Daniela. *Anais. Evento em Ciudad de Mexico. 2014. 1º Congresso Latinoamericano de Estudiantes de Posgrado em Ciencias Sociales*.

QUIROZ, M. T. *Integración y comunicación: Hacia una comunidade de ciudadanos y ciudadanas*. In: ROSALES, Blanca (Org.). *Comunicación para la Integración*. Lima, 2006. P. 46-54.

RESTREPO, J. D. *Hacer ciudadanía desde los medios*. In: ROSALES, Blanca (Org.). *Comunicación para la Integración*. Lima, 2006. P. 81-86.

ROJAS, J. A. Desarrollo e integración andina desde las perspectivas de la sociedad civil. In: ROSALES, Blanca (Org.). Comunicación para la Integración. Lima, 2006. P. 65-78.

ROSALES, Blanca (Org.). Comunicación para la Integración. Lima, 2006.

RUDÓN, K. A. La comunicación para la integración: una iniciativa para la construcción de sentidos. In: Punto Cero, v. 14, n. 18, Cochabamba, 2009.

TAUPIER, O. Integración desde lo micro: paradiplomacia y comunicación en el escenario latino-americano. In: Diálogos de la Comunicación, n. 79. Medellín, 2010. P. 1-9.

UNESCO. Relatório MacBride. MACBRIDE, S. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1987.