

Jornalismo internacional no Brasil: um estudo comparativo entre a cobertura noticiosa da editoria mundo dos portais Folha de S. Paulo e O Globo

International journalism in Brazil: a comparative study between the worlds' coverage of Folha de S. Paulo and O Globo

Camilla Quesada Tavares¹
camilla.tavares8@gmail.com

Marina Michelis de Lima Fernandes²
marinamichelisfernandes@gmail.com

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo identificar como é feita a cobertura da editoria “mundo” de dois portais de notícia brasileiros – O Globo e Folha de S. Paulo. Nos interessa compreender se os países da América Latina são representados nessas editorias ou se o espaço é destinado para nações como Estados Unidos e alguns países europeus. A partir da literatura, partimos de duas hipóteses: que os EUA são o país que mais aparece na cobertura dos dois portais; e que países latino-americanos aparecem pouco, mesmo em se tratando da cobertura de portais brasileiros, que fazem parte da América Latina. Para atingir os objetivos propostos, empregamos a análise de conteúdo quantitativa, que auxiliou no estudo comparativo e também na identificação de padrões e diferenças contidas na cobertura dos portais. O período de análise compreendeu os meses de abril a julho de 2018, e os resultados indicam que os portais apresentam perfis semelhantes de cobertura noticiosa. Entretanto, países da América Latina estão presentes nos dois veículos, embora de modo muito diferente das nações consideradas desenvolvidas.

Palavras-chave: Portais noticiosos. Jornalismo internacional. América Latina. Análise comparativa.

ABSTRACT

This paper aims to identify how the coverage of the World section of two Brazilian news portals (O Globo and Folha de S. Paulo) is accomplished. We seek to comprehend in which range Latin America countries are presented within the World section of the researched portal, examining also the rate of appearance of the United States as well as European countries. The literature review enables to advance two hypothesis: 1) The United States is the country with the highest rate of appearance in both portals' coverage; 2) Latin American countries have a low rate of appearance, even though both portals being Brazilian. In order to test this hypothesis, we used quantitative content analysis, which allows us to identify patterns and differences in the coverage of portals permitting comparisons. The data was collected since 2018 April until July and the results indicated similarities in the analyzed portals, with both coverages presenting Latin America countries, although showing significant differences in comparison to the so-called developed nations.

Keywords: News portals. International journalism. Latin America. Comparative analysis.

¹ Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Av. dos Portugueses, 1966 – Vila Bacanga, São Luís (MA).

² Universidade Federal do Paraná (UFPR). Rua XV de Novembro, 1299 – Centro, Curitiba (PR).

Introdução

O foco central deste estudo comparativo é investigar como se realiza a cobertura da editoria “mundo” em dois portais de notícias brasileiros – O Globo e a Folha de S. Paulo, - e qual o espaço que países da América Latina ocupam nessa cobertura. Sabe-se que os veículos jornalísticos são um dos meios responsáveis pelo entendimento do público referente àquilo que deve ser considerado ou não como relevante. Ademais, nas últimas décadas, a América Latina tem conquistado a atenção nas pesquisas da área da Comunicação, apesar de ainda serem poucos os trabalhos em jornalismo que a tomam como objeto de estudo. Em um levantamento realizado entre os anos de 2012 até 2017³, identificamos que os temas mais comuns nas pesquisas sobre jornalismo internacional realizadas no Brasil correspondiam à cobertura esportiva (durante a Copa do Mundo, por exemplo), bem como questões relacionadas a conteúdos de agência e correspondente internacional. Entendemos, portanto, que estudar a cobertura das notícias internacionais feita por veículos jornalísticos brasileiros é relevante, justamente pelo fato de que há poucas pesquisas nesse âmbito.

A pouca quantidade de trabalhos sobre a região evidencia a crítica que Barbosa (2005) faz em relação aos brasileiros. O autor ressalta que os próprios brasileiros se esquecem de que também são latino-americanos. “Dizer que o jornalismo de grande imprensa não tem olhos para a América Latina implica dizer que não tem olhos também para o Brasil” (Barbosa, 2005, p. 14). Além disso, conforme já identificado pelo autor, é bastante comum que os meios de comunicação evidenciem situações negativas sobre os latino-americanos, priorizando notícias sobre violência e desastres de ordem política, por exemplo. Sabendo da situação em que se encontra a América Latina e sua relação com os meios de comunicação, influenciados por uma lógica mercantil de informação⁴, esta pesquisa tem interesse em identificar de que maneira isso se reflete no contexto brasileiro. O que motiva esta investigação é, de fato, compreender como os dois portais informativos supracitados cobrem os acontecimentos globais em seus sites de notícias, com foco especial no lugar que países latino-americanos ocupam nessa cobertura.

Hoje, os acontecimentos são acompanhados em tempo real, uma característica bastante evidente proporcionada pela internet. Para Adghirni e Moraes (2007), o jornalismo se adapta às funções da rede, que exige novas configurações ao veicular o conteúdo informativo, influenciando em aspectos como periodicidade e até mesmo na produção. As autoras relacionam a questão da temporalidade entre o jornal de papel e o jornal digital, indicando que a informação permanente e em tempo real reconfigura as práticas do campo jornalístico, fenômeno também investigado por Heinrich (2011). Por conta disso, este trabalho alia as discussões sobre jornalismo online, seus valores-notícia e a cobertura internacional dos portais, tomando a América Latina como referência central. Tanto a Folha de S. Paulo quanto O Globo são jornais tradicionais brasileiros que aderiram ao meio online. Ambos representam dois dos mais antigos jornais no mercado de notícias do Brasil e, consequentemente, agregam um público já consolidado. Além disso, por se tratar de empresas jornalísticas/mídias de massas, eles convergem com as lógicas mercantis de informação, tal como entende Medina (1978).

Sendo assim, a pergunta que norteia a pesquisa é: *como é feita a cobertura das notícias da editoria mundo, levando em consideração aspectos de influência geopolítica no jornalismo internacional praticado nos portais Folha de S. Paulo e O Globo?* O objetivo é analisar, sob uma perspectiva comparativa, de que maneira os diversos países aparecem na editoria a partir da análise da cobertura internacional, destinando atenção especial para o espaço ocupado pelos países que integram a América Latina. Partimos da hipótese de que eles aparecem pouco na cobertura jornalística brasileira, que privilegia países de culturas distantes - também entendendo que isso é consequência de um contexto social atravessado pelo próprio modo de se fazer jornalismo no Brasil. O foco em questão advém do fato de que os países que compõem essa região apresentam ainda muitas disparidades em termos socioeconômicos e culturais, apesar da sua evidente importância no cenário geopolítico do mundo.

Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa faz uma análise de conteúdo quantitativa (Krippendorff, 1989; Cervi, 2009), que permite traçar o perfil da cobertura da

³ Para saber quais pesquisas em comunicação tratavam a América Latina como objeto de estudo, realizamos uma busca nos anais dos dois principais congressos de Comunicação e Jornalismo do Brasil - a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

⁴ De acordo com Medina (1978), a informação jornalística é consequência oriunda das necessidades de um sistema econômico vigente, onde a informação torna-se um produto à venda da indústria. Entendemos a lógica mercantil de informação a partir deste conceito.

editoria mundo, indicando proximidades e distanciamentos entre a produção da Folha de S. Paulo e d'O Globo. O período de análise compreendeu os meses de abril a julho de 2018, resultando numa amostra composta das notícias publicadas durante o período. Ao todo foram analisadas 1.996 notícias, sendo 840 da Folha de S. Paulo e 1.156 d'O Globo. As variáveis estudadas neste trabalho compreendem o tema, gênero, formato, valores-notícia e países que aparecem na cobertura.

O artigo está dividido em quatro partes, além desta introdução: no tópico a seguir discutimos o jornalismo internacional, baseado em suas especificidades e seu processo de produção no Brasil, dando ênfase para a América Latina, bem como os aspectos da rotina jornalística online. A terceira parte traz detalhes do procedimento metodológico da pesquisa, explicitando as técnicas que permitiram a análise, seguido da apresentação dos resultados. Por fim, apresentam-se as conclusões.

Jornalismo internacional, disputas geopolíticas e a cobertura da América Latina

A busca por informação em veículos jornalísticos implica em ter como fonte acontecimentos selecionados e tratados como referência para a construção da realidade (Tuchman, 1983) de uma parcela significativa da população. Essa dinâmica sinaliza como os meios influenciam nossas práticas, haja vista que a lógica seria praticamente um mecanismo de retroalimentação. Basicamente, nós sofisticamos nossas práticas comunicativas, objetivando expandir nosso conhecimento sobre o mundo, mas, por outro lado, nos tornamos dependentes desses meios para estarmos informados. Portanto, o que a mídia pauta ainda acaba guiando grande parte do nosso conhecimento sobre o mundo (McCombs, 2009).

Pensando do ponto de vista geopolítico, se os meios de comunicação⁵ não abordam o que se passa em determinados países, estes tendem a não fazer parte da nossa realidade. Barbosa (2005) constata que há pouco espaço para a América Latina nos veículos da grande imprensa brasileiros, revelando a importância de estudar os processos comunicacionais latino-americanos. “Desmonta-se o mito da imparcialidade e conclui-se

que para a América Latina não ser condenada à solidão é preciso desenvolver e estudar os movimentos sociais latino-americanos, incluindo seus processos de comunicação” (Barbosa, 2005, p. 7). Vale destacar que os meios de comunicação, principalmente os jornalísticos, são eficientes no entendimento de como as pessoas compreendem os fatos e também formam suas visões sobre esses acontecimentos (McCombs, 2009), podendo exercer papel importante no cenário latino-americano.

Nota-se, num primeiro momento, que o jornalismo praticado dentro do território brasileiro, principalmente nos veículos tradicionais da mídia, mantém certo distanciamento dos países vizinhos, demonstrando nos meios de comunicação uma realidade que se parece mais com países europeus e da América do Norte. Isso pode ser resultado do papel intermediário que o Brasil desempenha na economia-mundo, o de semiperiferia e líder regional, enquanto os países vizinhos da América do Sul são considerados periféricos (CRUZ, 2018). Argumentamos, deste modo, que o fato de o Brasil ocupar esse lugar intermediário certamente interfere na cobertura jornalística, que acaba trabalhando as pautas mais pelo viés político e econômico do que pelo cultural e histórico, o que contribui para que a população desconheça a realidade regional latino-americana, da qual o Brasil faz parte. O cerne do problema reside justamente no fato de que a grande mídia brasileira muitas vezes está mais voltada para a América do Norte e países anglo-saxônicos, através dos fluxos de informação, em vez de se voltar para seus vizinhos. Para Barbosa (2005), preferimos nos afirmar com a visão herdada dos grandes centros, com mercados avançados e, assim, selecionamos o que seria de “interesse” para o conhecimento da população.

De acordo com o exposto, é importante pensar na teoria do agendamento em relação à sub-representação da América Latina nos portais, principalmente se levarmos em consideração que a exclusão ou a falta de informação sobre ela pode implicar em sua ausência na agenda do público. Em outras palavras, a mídia dá destaque para alguns assuntos e, conseqüentemente, omite outros – o que contribui para que um determinado acontecimento caia na espiral do silêncio (Noelle-Neumann, 1995). Tal situação de valorização de um fato em detrimento de outro, o que é feito a partir dos critérios de noticiabilidade (Galtung e Ruge, 1999; O'Neill e Harcup, 2001), permite que se agende a opinião pública (Lippmann, 2008; McCombs, 2009).

⁵ De antemão, é válido ressaltar que no caso deste trabalho em específico, ao dizer ‘meios’ estamos nos referindo aos veículos jornalísticos.

Com as recentes transformações das práticas jornalísticas, ocasionadas pelo ambiente online, os critérios que orientam a escolha do conteúdo publicável também se modificaram. Conforme aponta Barsotti (2014), o espaço ilimitado permitido pelo ambiente digital resulta em filtros noticiosos mais elásticos. Outras características, como a temporalidade e a interatividade, também interferem na prática das redações, pois na medida em que a atualidade se torna uma constante, “a função de avaliar torna-se mais comum do que a de descartar, devido a falta de limitação de espaço para publicação” (Barsotti, 2014, p. 9). Esse seria um dos caminhos para entender por que alguns assuntos são mais comuns do que outros na editoria internacional dos portais, já que a atualização constante é uma característica exigida no ambiente online, impactando na rotina de produção das redações.

Ao explicar as fases da teoria do agendamento, Lages (2016) afirma que a quarta está direcionada a um esforço dos pesquisadores em compreender um “interagendamento da mídia”; isto é, os meios de comunicação contribuem mutuamente no agendamento das notícias. Nesse sentido, consideramos a presença das agências internacionais de notícia como um sintoma dessas transformações no interagendamento das notícias⁶. Bomfim e Aguiar (2019) problematizam que as maiores e mais influentes agências de notícias fundiram-se, resultando em um reduzido número de empresas e criando uma força maior como conglomerados. Os jornais, ao dependerem de poucas fontes de informação para manter o ritmo de abastecimento de notícias diariamente, acabam de certa maneira dificultando a pluralidade de temas relacionados à América Latina.

Além disso, com a era digital e as noções de espaço e tempo alteradas, amplia-se o conhecimento sobre os acontecimentos do mundo para aqueles que têm acesso a internet (Lages, 2016). Importante, porém, é comentar que na prática dos meios de comunicação não necessariamente se observa uma multiplicidade de temas difundidos, já que o fato de poucas empresas deterem a distribuição das notícias afeta diretamente na publicização ou silenciamento de alguns assuntos. O problema não seria a cobertura das agências internacionais, mas sim que elas tenham condições mais favoráveis que os próprios jornais em elencar a prioridade dos assuntos. Percebe-se, também, que a lógica econômica que opera através da internet impacta nas redações porque, com uma ampla concorrência de

canais informativos circulando, é necessário selecionar os conteúdos que gerem acesso e sustentem a existência do próprio jornal (Barbosa, 2014).

Isso significa que grande parte do que a mídia pauta é comum entre si, pois a maioria dos critérios que guia a seleção dos acontecimentos são os mesmos, assim como a origem de parte desse material – as agências – o que resulta em um “funil informativo” (Gonçalves, 2014). No caso da cobertura internacional isso se torna ainda mais evidente, uma vez que os veículos não têm grandes sucursais ao longo do mundo para cobrir todas as regiões. Muitos possuem correspondentes internacionais isolados em países-chaves, tornando a cobertura dos assuntos globais muito dependente das agências de notícias, que acabam exercendo o controle da informação estrangeira (Aguiar, 2016). Se “a agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público” (McCombs, 2009, p. 18), os efeitos podem ser percebidos através da percepção que o público tem dos fatos. Apesar da teoria do agendamento se configurar como uma reflexão sobre a mídia tradicional, Lages (2016) defende a necessidade de recorrer a antigas pesquisas para se aprofundar na relação entre os meios de comunicação de massa e os indivíduos. A partir disto, sabemos que a mídia é responsabilizada, de certo modo, pela estruturação da opinião pública. Há uma relativa distância entre o evento tal como é e o tratamento dado a ele, que posteriormente reverbera na opinião pública. No que tange às agências de notícias em países emergentes, historicamente, no ato de fazer circular as notícias em escala global, elas tiveram um papel relacionado à construção do espaço simbólico (Aguiar, 2016).

A partir disto, compreendemos que há um domínio geopolítico que influencia o fluxo de notícias nas editorias internacionais dos veículos jornalísticos, já que os discursos geopolíticos são, em boa medida, “os discursos da cultura midiática, em especial, discursos do jornalismo internacional” (Steinberger, 2005, p. 125). Entendemos esse conceito a partir da epistemologia da geopolítica elaborada por Steinberger (2005), onde se busca explicar o discurso como modo de instituição geopolítica. Para a autora, a mídia se estabelece como fonte de disseminação das significações sociais, formando o que chama de geopolítica da mídia - onde os discursos definem novas representações sociais. O discurso é utilizado como ferramenta para que territórios geopolíticos afirmem uma visão de mundo (Steinberger, 2005), e o que circula

⁶ Na pesquisa, constatamos que grande parte das notícias era oriunda de agências de notícias, constatação que procuraremos explorar em trabalhos futuros.

no espaço público internacional pode, em alguns casos, estabelecer uma hierarquia geopolítica sustentada através da mídia. Isso é resultado de uma produção social, onde o imaginário popular e também os discursos geopolíticos são, em boa medida, “os discursos da cultura midiática, em especial, discursos do jornalismo internacional” (Steinberger, 2005, p. 125). Compreende-se, neste caso, o espaço midiático como um produto da sociedade, onde se permite transmitir modos de dominação de ideologias geopolíticas.

Steinberger (2005) afirma ainda que é a partir dessa exteriorização que a identidade dos lugares é reconhecida. Isso importa ao pensar nas implicações que os enunciados podem acarretar, contribuindo possivelmente com o reforço de estereótipos, além de processar uma “autoimagem” deturpada. A autora segue explicando que o imaginário jornalístico internacional é moldado a partir de uma ótica norte-americana e também europeia, pois “não se desvinculou dos quinhentos anos de colonização, seja política, seja econômica, seja cultural. A dependência cultural da América Latina de hoje carrega consigo, por tabela, a dependência política e a econômica” (Steinberger, 2005, p. 164). O que ocorre seria, de certa forma, uma violência simbólica, na qual os interesses de uma cultura dominante prevalecem. Se a mídia seria o meio que permite a estruturação do pensamento geopolítico, aqueles países que detêm o domínio dos espaços de informação acabam se favorecendo, articulando um imaginário geopolítico desfavorável para a América Latina, já que a mesma só detém destaque quando se encontra em situações de escândalos e tragédias (Barbosa, 2005; Steinberger, 2005).

Tendo essa discussão em vista, a presente pesquisa parte-se de duas hipóteses: 1) os EUA é o país que mais aparece na cobertura; e 2) países latino-americanos aparecem pouco, mesmo em se tratando da cobertura de dois portais brasileiros que fazem parte da América Latina. Assim, nosso jornalismo ofereceria um número elevado de notícias cotidianas sobre países que vivem uma realidade distante e essas informações concorrem com notícias latino-americanas importantes, mas que não possuem grande impacto econômico. A fim de verificar se esse padrão de cobertura ainda se mantém, apresentamos no tópico seguinte os aspectos metodológicos da pesquisa e, em seguida, os resultados empíricos.

Percurso metodológico

A fase empírica da pesquisa se realizou através da análise quantitativa da cobertura dos dois portais, por meio da adaptação de um livro de códigos elaborado para uma pesquisa maior, realizada em parceria entre a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e a Universidade Federal do Maranhão (UFMA), da qual as autoras fazem parte. A análise de conteúdo quantitativa consiste na coleta de informações através de técnicas, que podem ser complexas ou simples, mas têm a finalidade de oferecer um resultado que tente, ao máximo, ser objetivo, evitando as distorções (Cervi, 2017). Além disso, a pesquisa quantitativa possibilita generalizar os resultados e fazer uma análise comparativa, que é um dos objetivos deste trabalho. A categorização e interpretação dos dados são empreendidos por meio do embasamento teórico (Gibson e Brown, 2009), conforme apresentado no tópico anterior.

Os dados foram coletados diariamente, entre o início do mês de abril e o final do mês de julho de 2018. A proposta foi a de adicionar as notícias na seguinte ordem: duas primeiras semanas de abril; duas últimas de maio; duas primeiras de junho e as duas últimas de julho. Desse modo, os dados foram coletados através da montagem de uma amostra composta. Além de oferecer uma quantia representativa dos estratos a serem estudados, essa amostragem serve para que os resultados tenham uma menor margem de enviesamento, tendo em vista a existência de uma agenda midiática. Ao todo foram coletadas 1.996 matérias, sendo 1.156 publicadas no portal O Globo e 840 na Folha de S. Paulo.

Procuramos padronizar o procedimento estabelecendo um horário fixo de coleta diária. Assim, todas as matérias da editoria mundo dos portais Folha de S. Paulo e O Globo foram acessadas após a meia-noite. Esse método foi adotado para que todas as notícias publicadas no dia integrassem a coleta, já que muitas acabam entrando até próximo da meia-noite. As variáveis utilizadas para esta pesquisa foram: gênero, formato, valores-notícia, tema das matérias, conteúdo de agência, relação das notícias com os Estados Unidos⁷, número de países citados na matéria, e presença da América Latina. A variável gênero é composta por duas categorias, informativo ou opinativo, e tem por objetivo demonstrar se os textos publicados na

⁷ Esta variável foi criada com o objetivo de medir o nível de influência do país na escolha das notícias, tendo em vista que encontramos na literatura um forte indício dessa situação.

editoria têm por objetivo trazer informação ao leitor ou oferecer interpretação a respeito dos acontecimentos globais. Já a variável formato busca demonstrar se os conteúdos publicados nessa editoria têm incorporado elementos multimídia em sua estrutura ou se as matérias continuam sendo produzidas no formato tradicional, apenas com texto ou com texto e foto. Os valores-notícia constituem a variável que identifica os atributos que levam um fato a tornar-se notícia. São características que podem coexistir num mesmo texto, totalizando nove possibilidades⁸.

O tema é dividido em 13 categorias⁹, e tem a finalidade de indicar sobre o que a matéria trata. Conteúdo de agência demonstra se o conteúdo foi feito pelo próprio portal ou proveniente de agência de notícias; relação com os Estados Unidos identifica se o texto faz menção ao país ou se refere indiretamente a ele; presença da América Latina oferece a informação sobre os países retratados na matéria, se fazem parte da AL ou não; e por fim, categorizamos ainda o número de países citados em cada texto.

As 1.996 notícias foram sistematizadas em uma planilha, para que fossem categorizadas através do livro de códigos. Ao final, os dados foram trabalhados a partir do *software* estatístico SPSS. O programa permitiu a análise dos dados, a partir de tabelas e gráficos, além de possibilitar o teste de hipóteses, pois conforme afirma Cervi (2009), a utilização de métodos estatísticos é recomendada para amostras com alto volume de informação. Os resultados serão apresentados no tópico seguinte.

Apresentação dos resultados

O primeiro dado apresentado diz respeito à dinâmica de publicação diária dos portais de notícia, oferecendo um panorama mensal da frequência de notícias publicadas n'O Globo e na Folha de S. Paulo. Vale relembrar que o período de coleta compreendeu os dias 1 a 15 de abril; 15 a 30 de maio; 1 a 15 de junho e 15 a 30 de julho. A amostragem conta com um total de 1.996 notícias analisadas, sendo 840 da Folha e 1.156 d'O Globo. Observamos que O Globo manteve um número bem mais alto que Folha de S. Paulo em quantidade de publicações. Porém, ao longo

do texto será possível perceber que há muitas semelhanças na cobertura dos dois portais.

O **gráfico 1** mostra que O Globo começa com uma quantidade de publicações inferior à Folha, abaixo de 22%, por conta de uma perda de notícias entre os dias 13 e 15 de abril¹⁰. No entanto, a partir do mês de maio as publicações têm um pico de crescimento, acima de 28%, que tornam a cair no próximo mês e se mantêm constante no fim da coleta. Quanto à Folha de S. Paulo, as publicações foram mais altas que o outro portal no início da coleta, acima de 24%, decaindo, porém, até o mês de junho e mostrando uma alta no fim do período, passando dos 30% no mês de julho. Deste modo, vemos que a Folha teve um salto na quantidade de notícias publicadas entre junho e julho, chegando a ultrapassar O Globo, porém manteve uma média de publicação (14 matérias por dia) abaixo do que seu concorrente (20 matérias por dia). Se comparado com o impresso, o meio online apresenta um número superior de notícias publicadas. Isso acontece por conta do ritmo de atualização, explicado por Barsotti (2014), que justifica uma mudança na rotina produtiva dos jornais.

Para saber de qual natureza eram as matérias publicadas, verificamos o gênero jornalístico, e os resultados são apresentados na **tabela 1**.

Como se pode observar, tanto O Globo quanto a Folha tinham matérias predominantemente informativas. Outra semelhança foi nas matérias opinativas, onde o percentual foi exatamente o mesmo entre os dois portais. Em ambos, os artigos e colunas não chegaram a 10% do conteúdo publicado, demonstrando que o interesse maior é relatar os fatos de modo informativo, e não oferecer interpretações mais detalhadas sobre eles. O que se pode perceber é que o foco dos portais foi manter o ritmo de atualização das informações, de modo prático e impessoal. Nesse caso, o conteúdo opinativo seria uma maneira de trazer argumentos pessoais/organizacionais e visões de especialistas para auxiliar na construção de opinião. Isso também pode ser explicado em função do ritmo de atualização diário dos portais. Conforme foi pontuado na seção teórica deste trabalho, a dinâmica da internet

⁸ Os valores-notícia são: poder de elite/conflitos de natureza política; celebridade; entretenimento; surpresa; fatos negativos; fatos positivos; violação dos direitos humanos; relevância jornalística; agenda de comunicação.

⁹ As categorias temáticas são: campanha eleitoral ou partidos políticos; relações diplomáticas e políticas institucionais; economia; políticas públicas; infraestrutura urbana; meio-ambiente e desastres naturais; segurança pública e internacional; desvio normativo e ético-moral; acidentes; variedades/cultura/entretenimento; imigração e fluxos migratórios; greve e protestos; outros.

¹⁰ No entanto, a perda desses três dias não é significativa, já que o *corpus* da coleta é composto por 2.014 notícias, sendo que 1.996 foram analisadas. Isso dá conta de explicar as generalizações estatísticas dos dados colhidos dentro do recorte de tempo proposto.

exige um volume mais alto de informações publicáveis, além de abarcar uma concorrência maior em fontes de canais noticiosos.

O próximo dado refere-se aos formatos das notícias publicadas na editoria mundo. Será que os portais exploram as potencialidades da rede e oferecem conteúdos mais elaborados, multimídias, ou ficam restritos ao formato tradicional do jornal impresso? A **tabela 2** indica que a lógica tradicional permanece.

Essa variável foi dividida em seis categorias: somente vídeo; somente texto; fotogaleria; texto, foto e vídeo; texto e vídeo; texto e foto. Como os formatos foram pouco explorados, a tabela traz apenas os que apareceram. Inicialmente pensava-se que, por se tratar de veículos na *web*, os formatos seriam diferenciados daqueles encontrados tradicionalmente no jornal impresso. Entretanto, O Globo e Folha de S. Paulo publicaram mais de 95% de suas notícias no formato texto e foto. Já nesse primeiro momento notamos uma proximidade entre os portais. O portal O Globo apresentou uma quantia de 13 matérias somente com fotos e legendas, bem como a opção somente texto, devido às colunas opinativas. Na Folha de S. Paulo quatro matérias tinham vídeo, além do texto e foto. Notamos que os portais optavam por não explorar as opções da rede em seus formatos, repetindo a lógica do impresso.

O próximo dado diz respeito ao tema das notícias publicadas na editoria mundo dos dois portais. O **gráfico 2** mostra os resultados.

A partir do gráfico percebemos que de fato o tema que mais apareceu nos dois veículos foi ‘Relações diplomáticas e política institucional’, correspondendo a 23,1% das notícias publicadas na Folha e 29,8% no O Globo. Em segundo estão as matérias classificadas em ‘Segurança pública e internacional’, com 18,2% e 20,4%, respectivamente. A terceira categoria mais presente foi ‘Desvio normativo e ético-moral’, com 20,4% e 17,1%, respectivamente. Os dois portais também apresentaram percentual muito próximo de notícias sobre ‘variedades/cultura’, ‘greves e protestos’ e ‘fluxos migratórios’. Portanto, as notícias da editoria mundo têm apelo principalmente político, o que significa que o jornalismo praticado pelos dois portais se importa em agendar tematicamente (McCombs, 2009) os problemas na perspectiva política, evidenciando autoridades do executivo, legislativo e do judiciário. Diferente do que pressupunhamos, as matérias não são tematizadas exclusivamente pelo viés econômico. Deste modo, grande parte dos conhecimentos que o público terá sobre os acontecimentos globais serão mais

políticos do que de outras naturezas, uma vez que a agenda da mídia segue nessa perspectiva.

Isso poderia explicar o porquê de as pessoas comumente associarem os países a seus representantes políticos. Um exemplo disso seria que, ao falar em Estados Unidos, a imagem que vem à mente é sobre Donald Trump. Da mesma forma que ao pensar na Venezuela, automaticamente lembramos de Nicolás Maduro e da crise que o país vem enfrentando nos últimos anos, acarretando um fluxo migratório constante para o Brasil. Esse seria um exemplo dos estereótipos a que Lipman (2008) se refere ao explicar a importância do jornalismo na estruturação da opinião pública.

Os primeiros dados nos oferecem pistas, também, sobre a questão das agências de notícias, indicando que a cobertura da editoria mundo obedeceu a um agendamento temático. Nesse caso, os territórios geopolíticos encontram no discurso da mídia espaço para disseminar suas significações (Steinberger, 2005). No período de análise, por exemplo, as relações entre políticas externas se intensificavam, como no encontro de Trump e Kim Jong-un em Cingapura e, posteriormente, com Vladimir Putin, atual presidente da Rússia. Além disso, aconteceu a Cúpula das Américas, que cogitava a expulsão da Venezuela da reunião. Esses seriam alguns dos motivos pelos quais políticas institucionais e fluxos migratórios foram assuntos recorrentes na editoria mundo, pautando a agenda do público interessado pelo noticiário internacional. Também, de acordo com a perspectiva do interagendamento das mídias, como boa parte do conteúdo presente nos portais é oriundo de agências de notícias, é possível entender que a recorrência de determinados assuntos aconteça devido a um interesse mais macro por este tipo específico de notícia, que é direcionado pelas agências de notícias (Gonçalves, 2014; Aguiar, 2016).

Na **tabela 3**, apresentamos os valores-notícia presentes nas publicações. Aqui observamos que ambos os portais apresentaram notícias com critérios de noticiabilidade muito próximos. Essa variável nos indica que valores do jornalismo são mais recorrentes nas notícias publicadas, ou seja, quais atributos aquele fato tem que o fez se tornar notícia (Galtung e Ruge, 1985; Harcup e O'Neill, 2001).

Os resultados indicam que ‘poder de elite’, ‘relevância’ e ‘fatos negativos’ foram os mais recorrentes nos dois portais e nessa ordem. Um ponto que diferencia os dois veículos diz respeito aos valores ‘celebridades’ e ‘entretenimento’. O Globo apresentou bem mais notícias que tinham essas características do que a Folha de S. Paulo.

Um exemplo desse tipo de matéria abordada na editoria mundo foi “Casamento real terá comida tradicional servida em formato inovador”, do dia 17 de maio de 2018. Embora seja uma matéria de puro entretenimento, e que não oferece nenhuma discussão substancial para o debate público, ela foi publicada na parte dedicada aos fatos internacionais do portal O Globo. Em entrevista com a editora do veículo¹¹, o exemplo da notícia sobre o casamento real é explicado como uma opção mais *soft* para o perfil de leitores da internet, na medida em que esse ambiente agrega um público que também manifesta interesse por essas informações mais ligadas ao entretenimento.

Da mesma forma, a Folha de S. Paulo optou por noticiar matérias que tinham o elemento ‘surpresa’, algo que n’O Globo não foi tão presente. O problema de esse percentual ser próximo entre os dois portais indica que eles estão pautando notícias com o mesmo apelo – provavelmente referindo-se aos mesmos acontecimentos. Isso impacta também na estruturação da opinião pública, que consome o mesmo conteúdo em veículos diferentes, gerando o que Gonçalves (2014) classifica como “funil informativo”. McCombs (2009) afirma que a agenda da mídia não diz como vamos pensar exatamente, mas influi sobre quais assuntos incluiremos em nossas agendas. Outro ponto que chama atenção nos valores-notícia é que, aparentemente, durante o período analisado, os portais deram ênfase em notícias negativas. O percentual de 58,9% na Folha de S. Paulo e 63,7% n’O Globo indica que essa característica é quase um pressuposto para tornar um fato noticioso.

A próxima característica analisada é a quantidade de matérias que tinha relação entre os Estados Unidos e outros países, ou somente matérias sobre os Estados Unidos. O que se percebe, conforme demonstra a **tabela 4**, é que a presença dessa categoria na Folha de S. Paulo (42,9%) era maior do que n’O Globo (32,3%). Isso oferece pistas sobre a influência do país na seleção de notícias entre os dois portais em questão.

No entanto, em ambos os portais a ausência é maior, rejeitando uma ideia inicial do trabalho, que pressupunha que os Estados Unidos eram bem mais presentes na editoria internacional do que outros países. Embora sua presença ainda seja alta, ao longo da análise notamos que outros países são expressivos também. Essa variável

buscava medir se os Estados Unidos eram privilegiados na editoria. Mesmo que a América Latina não alcance essa porcentagem de presença nos portais, outros países também exerciam nível de influência global. Seria uma generalização errada, como mostraram os dados. Ainda assim, é importante questionar o tratamento desigual dado a países vizinhos e próximos culturalmente do Brasil na editoria mundo da Folha de S. Paulo e d’O Globo. As notícias sobre os Estados Unidos chegam a quase o dobro das notícias sobre a América Latina.

A **tabela 5** traz os principais países que apareceram na parte dedicada às notícias internacionais dos portais. No total, foram 99 países retratados na cobertura. Destacamos os mais expressivos e os países da América Latina, objetivando verificar quais foram noticiados.

Antes de continuar a análise, é relevante justificar que consideramos como latino-americanos os países que obedecem às características latinas sob a perspectiva geopolítica¹². Ademais, os dados nos mostram que países como Rússia, EUA, Inglaterra, Coreia do Sul e Síria apareceram com uma alta frequência. Em alguns casos, inclusive, correspondendo à soma de todos da América Latina. Conforme observado acima, confirmamos que os Estados Unidos apareceram mais nas notícias do que os países da América Latina, pelo menos durante o período analisado. Tanto na Folha de S. Paulo quanto n’O Globo há uma predominância de países distantes culturalmente da região de origem dos portais. Em seguida, Rússia e Síria são os mais frequentes nas notícias da editoria mundo. A razão para isso seria porque as matérias que tratam da Rússia e Síria, de modo geral, tinham relação temática com os Estados Unidos, quer seja por envolvimento diplomático ou por conflitos armados. Além disso, os recentes acontecimentos na Venezuela, como presos políticos, crise econômica, hipótese de eleição presidencial fraudável e rebelião carcerária são alguns dos exemplos que justificam a grande frequência do país nos portais. Tal situação evidencia o argumento inicial deste trabalho, de que a América Latina só aparece nos portais efetivamente quando está em situação negativa (Barbosa, 2005; Steinberger, 2005).

A relação com os Estados Unidos e a frequência de outros países na editoria mundo, que não são latino-americanos, ajuda a compreender melhor a distribuição

¹¹ A fim de compreender os resultados encontrados na análise quantitativa, foram realizadas entrevistas com as editoras responsáveis pela editoria mundo do portal O Globo e Folha de S. Paulo, ocorridas em setembro de 2018.

¹² Integram a América Latina: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

de poder, entendendo poder aqui como influência político/econômica no espaço geográfico, conforme aponta Steinberger (2005). A autora afirmou que por meio dos discursos geopolíticos se produzem efeitos no campo social. Isso implica dizer que a mídia é importante no campo das relações internacionais, em especial o jornalismo. A predominância dos países na editoria mundo dos portais, portanto, configuraria novas produções sociais, onde a opinião pública criaria um imaginário geopolítico negativo sobre a América Latina.

O **gráfico 3** nos mostra a relação das notícias com países da América Latina. Essa variável tem por finalidade medir a presença da região nas notícias, quer seja direta ou indiretamente, ou seja, mesma lógica da relação com os Estados Unidos. O que se pode perceber foi que a ausência foi superior à presença.

Nossas duas principais hipóteses diziam que: 1) os EUA é o país que mais aparece na cobertura; e 2) países latino-americanos aparecem pouco, mesmo em se tratando da cobertura de dois portais brasileiros que fazem parte da América Latina. Nesse caso, a primeira foi parcialmente confirmada e a segunda foi totalmente confirmada, haja vista que a América Latina está ausente em mais de 70% das matérias nos portais Folha de S. Paulo e O Globo. As notícias que tinham relação com a América Latina durante o período analisado neste trabalho traziam a questão dos imigrantes venezuelanos no Brasil, as eleições que aconteceram nos países da região, incluindo o México, principalmente; os conflitos na Nicarágua e situações ligadas às Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia.

Por fim, esta análise passa a investigar a questão do uso de agências de notícias entre os dois portais. Acreditamos que trazer essas informações pode contribuir para a compreensão dos dados já explicitados, principalmente em relação aos países que mais aparecem. O **gráfico 4** mostra que a grande maioria das publicações do O Globo e Folha de S. Paulo foram originadas de agências de notícias, nacionais – do próprio grupo, como Folhapress e Agência O Globo – ou internacionais. Chama a atenção o portal da Folha, onde o número da frequência corresponde à 98,7%. Isso significa que o portal praticamente não cobre os acontecimentos de ordem mundial por conta própria, mas sim por intermédio de sua própria agência ou de outros grupos midiáticos. O mesmo é verificado no O Globo, mas com menor intensidade.

Para saber se existe alguma tendência de cobertura

própria ou por meio de agência quando se trata de notícias relacionadas aos Estados Unidos, aplicamos o teste do qui-quadrado. Ele testa se há relação significativa entre variáveis ($\text{sig} < 0,05$), e os resíduos padronizados indicam onde está a força da relação. Ao aplicarmos o teste, constatamos que quando o país em questão é citado ou noticiado, a chance de o conteúdo ser de agência de notícias é maior. Esse resultado pode ser observado na **tabela 6**.

O resultado mostrado ajuda a entender o motivo pelo qual o país é expressivo na editoria mundo dos dois portais. Os resíduos indicam que quando os Estados Unidos estão envolvidos, os conteúdos tendem a não serem próprios (-2,6), sendo que quando o país é o foco ou está envolvido diretamente na matéria, há mais chances de vir de agência de notícias (2,0)¹³. Os dados apresentados aqui estão agrupados, mas, aliado ao dado anterior sobre a quantidade de notícias próprias, acredita-se que como a Folha de S. Paulo e O Globo compram conteúdo pronto, originado de agências, os Estados Unidos, por serem uma potência mundial, terão mais acontecimentos noticiados.

Para encerrar, testamos a mesma situação, mas agora aplicada à América Latina, conforme é apresentado na **tabela 7**.

O resultado do teste qui-quadrado deu significativo apenas para a Folha de S. Paulo. Ele nos mostra que quando havia presença da América Latina nas notícias, a tendência era de o conteúdo não ser de agência na Folha de S. Paulo. Conforme explicado pela editora-chefe da editoria mundo do portal, em entrevista às autoras, isso se explica porque o portal mantém uma correspondente para cobrir os acontecimentos da região. O que todos os dados apresentados aqui significam no padrão de cobertura dos dois portais de notícias analisados será debatido a seguir, na conclusão.

Conclusão

Este estudo comparativo teve por objetivo identificar como foi feita a cobertura internacional de dois portais de notícia brasileiros, Folha de S. Paulo e O Globo. A proposta foi de verificar em que situações a América Latina era noticiada e que tipos de conteúdo eram enfatizados com maior frequência nos portais. A coleta foi realizada durante 15 dias dos meses de abril, maio, junho e julho de 2018, resultando numa amostra composta de 60 dias e um *corpus* de 1.996

¹³ Para os resíduos serem significativos, eles devem estar fora do intervalo de $\pm 1,96$. Se ele for positivo, indica uma relação de proximidade entre categorias; se for negativo, mostra que aquelas duas categorias tendem a se distanciar.

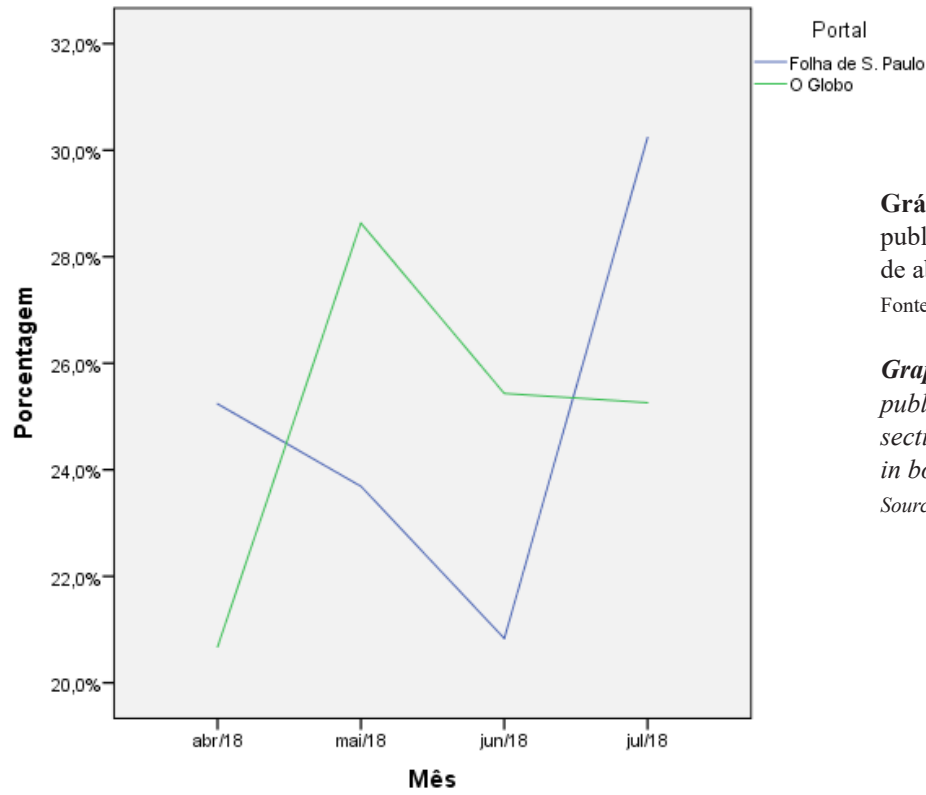


Gráfico 1. Quantidade de publicações da editoria mundo de abril a julho nos dois portais.
Fonte: Elaboração própria (2018)

Graphic 1. Quantity of publications of the world section from April to July in both portals.
Source: Authors' elaboration (2018)

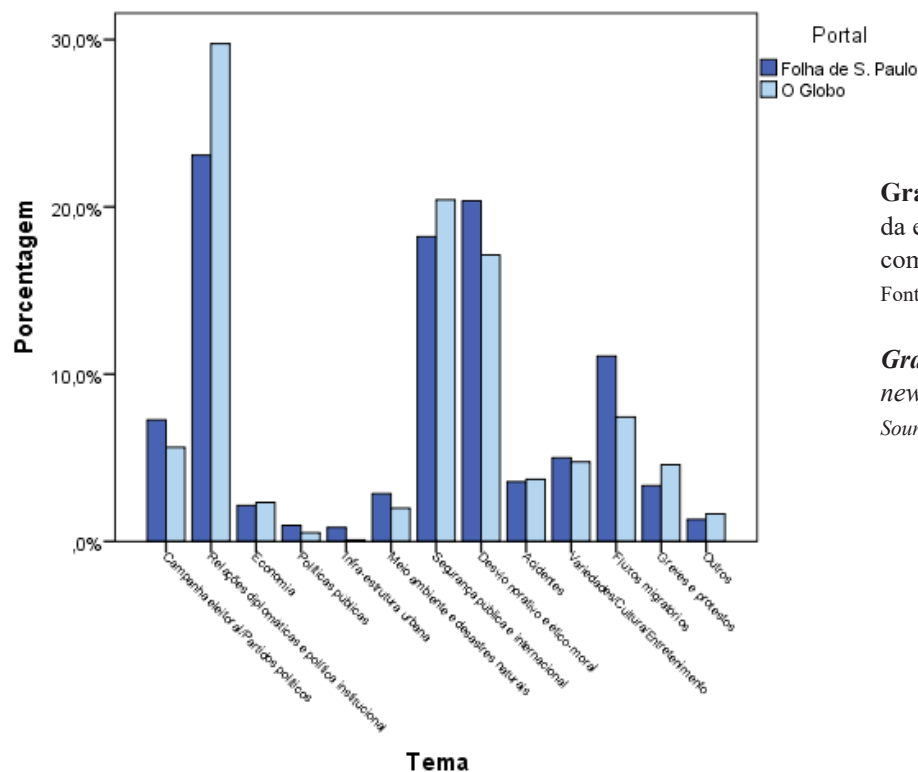


Gráfico 2. Tema das notícias da editoria mundo de acordo com o portal.
Fonte: Elaboração própria (2018)

Graphic 2. Theme of the worlds' news according to the portal.
Source: Authors' elaboration (2018)

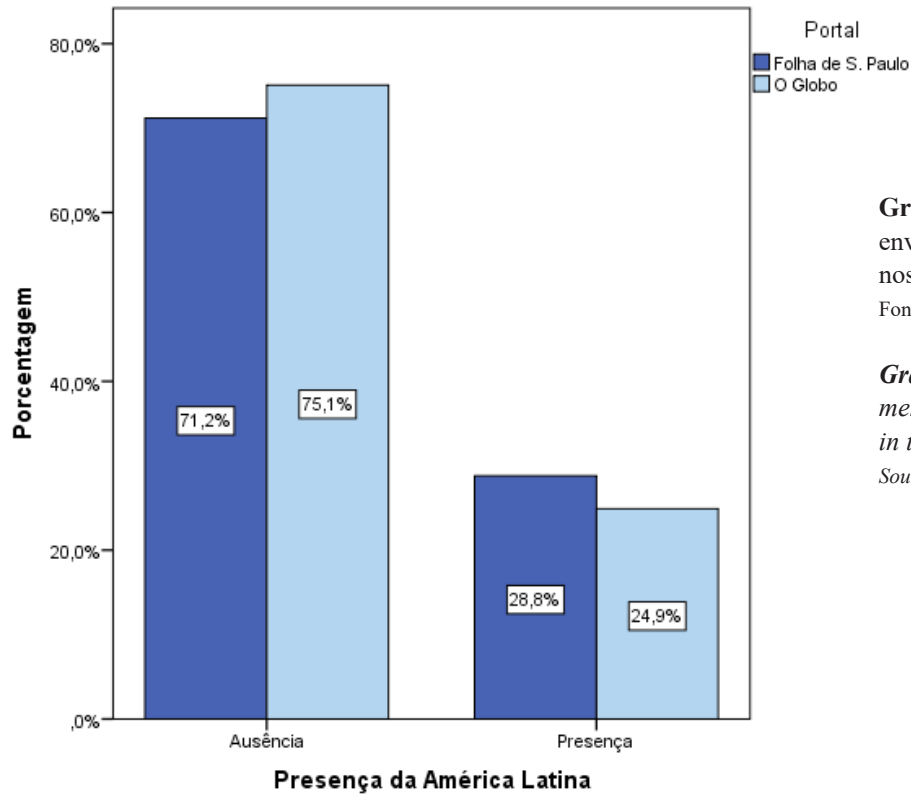


Gráfico 3. Presença de notícias envolvendo a América Latina nos portais.

Fonte: Elaboração própria (2018)

Graphic 3. Quantity of news mentioning Latin America in the portals.

Source: Authors' elaboration (2018)

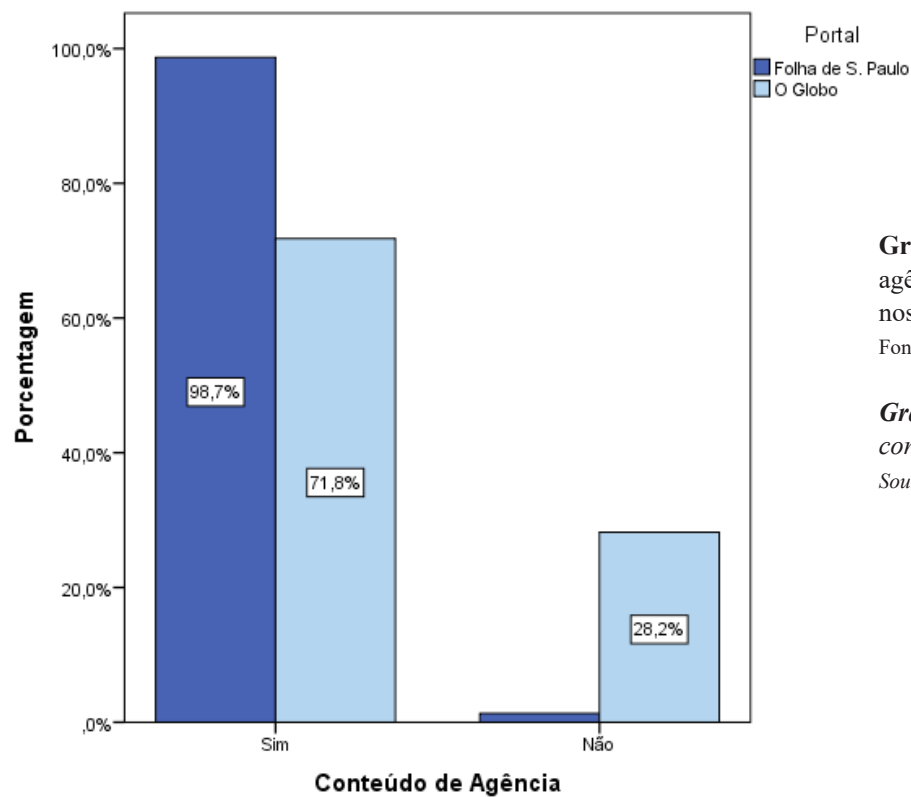


Gráfico 4. Conteúdos de agência de notícias publicados nos portais.

Fonte: Elaboração própria (2018)

Graphic 4. News agencies contents published by portals.

Source: Authors' elaboration (2018)

Gênero	Portal			
	Folha		O Globo	
	N	%	N	%
Informativo	785	93,5	1082	93,6
Opinativo	54	6,4	74	6,4
Diversional	1	0,1	0	0
Total	840	100,0	1156	100,0

Tabela 1. Gênero das notícias de acordo com os portais.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 1. News genre according to the portals.
Source: Authors' elaboration (2018).

Formato	Portal			
	Folha		O Globo	
	N	%	N	%
Texto	0	0	9	0,8
Foto/Galeria			13	1,1
Vídeo	1	0,1	1	0,1
Texto e foto	835	99,4	1122	97,1
Texto, foto e vídeo	4	0,5	11	1,0
Total	840	100,0	1156	100,0

Tabela 2. Formato das matérias da editoria mundo nos dois portais.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 2. News' format of the worlds' coverage in both portals.
Source: Authors' elaboration (2018).

Valor-notícia	Portal			
	Folha		O Globo	
	N	% válido	N	% válido
Poder de elite/Conflitos políticos	619	74,1	926	80,3
Celebridade	14	1,7	55	4,8
Entretenimento	17	2,0	49	4,2
Surpresa	28	3,4	20	1,7
Fatos negativos	492	58,9	734	63,7
Fatos positivos	146	17,5	188	16,3
Violação de direitos humanos	207	24,8	282	24,5
Relevância jornalística	687	82,3	978	84,8
Agenda de comunicação	2	0,2	6	0,5
Total de notícias	835	264,9	1153	280,8

Tabela 3. Valores-notícia presentes nos dois portais.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 3. News values occurrences in both portals.
Source: Authors' elaboration (2018).

EUA	Portal			
	Folha		O Globo	
	N	%	N	%
Sim	358	42,9	372	32,3
Não	477	57,1	781	67,7
Total	835	100	1153	100

Tabela 4. Presença/Ausência dos EUA nas notícias.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 4. The US mentioning rate in the news.

Source: Authors' elaboration (2018).

	Portal	
	Folha de S. Paulo	O Globo
	N	N
Alemanha	17	33
Argentina	13	10
Bolívia	2	7
Brasil	82	35
Chile	6	4
China	14	21
Colômbia	31	33
Coreia do Norte	57	111
Coreia do Sul	14	18
Costa Rica	1	2
Cuba	11	19
El Salvador	4	0
Equador	4	12
Espanha	23	59
EUA	344	368
França	19	45
Inglaterra	36	79
Israel	29	62
Itália	31	51
México	20	33
Nicarágua	19	45
Paraguai	4	5
Peru	5	10
Rússia	72	99
Síria	44	45
Venezuela	66	110
Total	1149	1604

Tabela 5. Países que aparecem na cobertura da editoria mundo dos portais.

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 5. Countries mentioned in the worlds' news section.

Source: Authors' elaboration (2018).

Relação com os EUA	Conteúdo de Agência				Total
	Sim		Não		
	%	Rp.	%	Rp	%
Sim	61,5	-0,9	71,8	2,0	63,2
Não	38,5	1,2	28,2	-2,6	36,8
Total	100			100	100

Tabela 6. Relação entre notícias envolvendo os EUA e conteúdos de agência.

- Qui-quadrado 12,706 / Sig 0,000

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 6. Relationship between news involving US and agency contents.

- Chi-square test 12,706 / Sig 0,000

Source: Authors' elaboration (2018).

Presença AL - Folha	Conteúdo de Agência				Total
	Sim		Não		
	%	Rp.	%	Rp	%
Sim	0,5	-1,7	96,7	-0,3	71,1
Não	99,5	0,2	0,3	2,7	28,9
Total	100			100	100

Tabela 7. Presença da A.L x conteúdo de agências de acordo com o portal.

- Folha: Qui-quadrado 10,482 | sig 0,001
- Para O Globo esse teste não deu significativo

Fonte: Elaboração própria (2018).

Table 7. LAm occurrences in the news x contents from agencies according to the portal.

- Folha: Chi-Square test 10,482 | sig 0,001
- The test isn't significant for O Globo

Source: Authors' elaboration (2018).

notícias. Partiu-se do pressuposto de que a América Latina recebe pouco espaço nos veículos da grande imprensa do Brasil (Barbosa, 2005). Os dados analisados nos mostraram que existe um forte apelo negativo nas matérias, que geralmente eram de relevância jornalística e com poder de elite. Esta era a maneira como as notícias geralmente apareciam nos dois portais durante o período analisado.

A escolha dos objetos levou em conta o fato de que os dois portais são veículos tradicionais de mídia, que migraram para o meio online e, portanto, estão vivendo uma transição para o suporte digital. Essa mudança para o suporte digital influencia o trabalho jornalístico, principalmente no que tange ao volume informacional, no processo de seleção das notícias e também no orçamento das redações, que muitas vezes não sustentam a cobertura dos acontecimentos internacionais. Os dados dão suporte a essa realidade ao demonstrarem que quase todas as matérias dos portais eram compradas de agências. O resultado foi que tanto O Globo quanto a Folha de S. Paulo apresentaram muitas semelhanças de cobertura, coincidindo no percentual de temas, por exemplo. Percebe-se aqui,

que ao mesmo tempo que a internet facilitou o acesso às informações, também gerou uma dependência de material provenientes de outras fontes, não da própria redação.

Ademais, tanto a Folha de S. Paulo quanto O Globo representam os grandes conglomerados de mídia brasileiros (Oliveira, 2014), situação que os coloca num patamar de credibilidade, levando em conta o tempo de existência e história dos jornais da mídia impressa. A crítica deste trabalho, portanto, pautou-se pelo fato de que os meios de comunicação passam um discurso geopolítico dominante e que o “trabalho jornalístico sempre ficou maciçamente nas mãos de profissionais estrangeiros, com padrões estrangeiros” (Aguar, 2009, p. 3). Sabe-se, inclusive, que o mercado brasileiro carece de uma pluralidade de agências de notícias nacionais, que poderiam dar conta dos acontecimentos latino-americanos. Temos, conforme apontou Gonçalves (2014), poucas empresas jornalísticas que detêm o monopólio da informação. Paralelo a isso, há também a Agência Brasil, configurada como pública. Diferente de outros países emergentes que compõem o bloco do BRICS¹⁴, o Brasil é um caso atípico, onde não

¹⁴ O BRICS é formado pelo Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul, considerados países de economia emergente.

existem agências que possam dar conta de abastecer a imprensa nacional com notícias internacionais, tampouco para oferecer notícias nacionais para a mídia estrangeira (Aguiar, 2016).

Além disso, apesar de a internet oferecer novas possibilidades de fazer e apresentar a notícia, tanto a Folha de S. Paulo quanto O Globo preferiram trazer as matérias no formato tradicional, comumente encontrado nos jornais impressos. O que pode explicar isso seria o fato de que os portais vivem um momento de transição, onde as empresas se consolidaram através do jornal em papel e agora necessitam adaptar-se ao meio online, onde o fluxo de comunicação não segue uma ordem linear (Heinrich, 2011). Os dados também nos mostram que os portais são predominantemente informativos, quando tratam de assuntos de âmbito global. Nesse caso, entendemos que os jornais optam por dar a notícia, sem aprofundar-se em outras interpretações e desdobramentos. Esse também é um reflexo da adaptação do veículo para o ambiente online, pois se requer uma atualização constante de informações. A quantia de publicações diárias dos portais, ultrapassando 20 notícias a cada 24 horas, não é comportada igualmente no impresso.

Em relação aos temas e valores-notícia, a cobertura internacional dos portais nos dá um panorama sobre como os países estão enquadrados nas notícias da editoria ‘mundo’. Percebemos que tanto a Folha de S. Paulo quanto O Globo optam por notícias com poder de elite, relevância e fatos negativos. Isso nos indica que há bastante destaque para personalidades importantes e situações de disputa de poder, com chamadas geralmente negativas. O valor relevância esteve presente na maioria das notícias por ser um dos elementos mais importantes para o jornalismo. Embora o portal O Globo tenha se mostrado bastante interessado em noticiar sobre celebridades e entretenimento, o vínculo político ainda prevaleceu em suas notícias. Além disso, destacamos aqui o fato de que, pelos portais manterem assinaturas e acompanharem praticamente as mesmas agências de notícias, havia uma semelhança nas matérias publicadas, o que justifica os temas estarem com percentuais próximos tanto na Folha de S. Paulo quanto no O Globo. Logo, como os portais recebem conteúdo de agências internacionais de notícia, o conteúdo é o mesmo, mudando apenas a edição do texto – apesar de ambos fazerem parte de um conglomerado de mídia que possui agências de notícias. Conforme observam Bomfim e Aguilar (2019), os cargos de correspondentes têm diminuído, enquanto o serviço de tradução de material estrangeiro aumenta, sugerindo uma contradição, já que os recursos

digitais tornam esse trabalho mais acessível e praticável.

Outra questão levantada durante o trabalho foi a discussão do potencial de agendamento da mídia (McCombs, 2009). A América Latina esteve com percentual abaixo de 30% nos dois portais, fornecendo pistas sobre uma influência de outros países na cobertura internacional. Conforme apontou Steinberger (2005), a fabricação discursiva do jornalismo internacional configurou novas práticas informativas da mídia, o que reflete também na produção social de significados. Considerando que a internet é hoje uma plataforma que adquire cada vez mais familiaridade de uso entre o público-leitor, estaria ela ampliando a circulação desses discursos geopolíticos. Isto é, configuram-se novas significações sobre a América Latina através dos discursos que a mídia impulsiona pelo ambiente digital online. Mas essa influência de países estrangeiros não se exerce apenas por conta de uma disputa geopolítica, como também pela dificuldade que as próprias redações enfrentam em cobrir as notícias internacionais, justamente porque contam com equipes cada vez mais reduzidas em número de correspondentes. A análise dos dados nos mostra que das hipóteses principais do trabalho, apenas uma se confirma integralmente. A primeira dizia que os EUA é o país que mais aparece na cobertura; e a segunda que países latino-americanos aparecem pouco, mesmo em se tratando da cobertura de dois portais brasileiros, que fazem parte da América Latina. A hipótese foi parcialmente confirmada porque os Estados Unidos não são maioria na cobertura. No entanto, se avaliarmos os percentuais obtidos, os Estados Unidos obtêm praticamente o dobro de espaço se comparado com países da América Latina. Portanto, há, de fato, discursos geopolíticos dominantes que circulam na mídia brasileira e a cobertura de países latino-americanos ainda é muito restrita, confirmando a nossa segunda hipótese. Steinberger (2005) avalia que com a internet se intensificaram os processos de globalização, o que implica também em investigar os discursos internacionais que circulam na mídia.

Por fim, foi possível mapear como os dois portais cobriram a editoria mundo, reforçando que existe um agendamento internacional da mídia que impacta no jornalismo brasileiro. Também conseguimos identificar quantos países apareceram e em quais temáticas eles estão inseridos. A alta frequência de países como Rússia, Síria e Estados Unidos demonstra que os conflitos diplomáticos e político-sociais entre esses países parecem ser considerados mais relevantes, do ponto de vista político e econômico.

Referências

- ADGHIRNI, Z. L.; MORAES, F. 2007. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: C. LAGO; M. BENETTI (orgs), *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Rio de Janeiro, Editora Vozes, p. 237-250.
- AGUIAR, P. 2016. Agências de notícias, Estado e desenvolvimento: modelos adotados nos países do BRICS. *Brazilian Journalism Research*, 12(1): 34-59.
- BARBOSA, A. 2005. *A solidão da América Latina na grande imprensa brasileira*. São Paulo, SP. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo, 237 p.
- BARSOTTI, A. 2014. Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas: o jornalista online como mobilizador de audiência. *Ecompós*, 17(1): 1-20.
- BOMFIM, I; AGUIAR, P. 2019. Ainda poucas vozes: Jornalismo Internacional, Agências de Notícias e a busca pela pluralidade. *Revista Pauta Geral*, 6(1): 1-4.
- CERVI, E. U. 2017. *Manual de métodos quantitativos para iniciantes em Ciência Política*. 2017. Curitiba, CPOP-UFPR, 256 p.
- CERVI, E. U. 2009. Métodos quantitativos nas ciências sociais: uma abordagem alternativa para o feitiçismo dos números e ao debate com qualitativistas. In: J. BOURGUIGNON (org), *Pesquisa Social: reflexões teóricas e metodológicas*. Ponta Grossa, Todapalavra, p. 125-146.
- CRUZ, D. A. M. O. 2018. O papel do Brasil no processo de integração regional no Mercosul. *Revista Formação (Online)*, 25(46): 27-45.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. H. 1999. A estrutura de noticiário estrangeiro: A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: N. TRAQUINA, *Jornalismo: Questões, teorias e estórias*. Lisboa, Vega Editora, p. 60-72.
- GIBSON, W.; BROWN, A. 2009. Teoria, Grounded theory e análise qualitativa. In: J. BOURGUIGNON (org), *Pesquisa Social: reflexões teóricas e metodológicas*. Ponta Grossa, Todapalavra, p. 35-62.
- HARCUP, T.; O'NEILL, D. 2001. What Is News? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2): 261-280.
- HEINRICH, A. 2011. *Network Journalism: Journalistic Practice in Interactive Spheres*. Nova York, Routledge, 283 p.
- HOLTZ-BACHA, C; NORRIS, P. 2001. To entertain, inform and educate: still the role of public television. *Political Communication*, 18: 123-140.
- KRIPPENDORFF, K. Content analysis. 1989. In: E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, TL Worth, e L. Gross (eds.), *International encyclopedia of communication*. New York, Oxford University Press, p. 403-407.
- LAGES, V. 2016. **Agendamento Colaborativo**: O estudo da agenda-setting a partir de dados na era digital. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_DT1-TJ.htm. Acesso em: 11/10/2018.
- LIPPMANN, W. 2008. *Opinião Pública*. Petrópolis, Editora Vozes, 352 p.
- McCOMBS, M. 2009. *Teoria da Agenda: a Mídia e a Opinião Pública*. Petrópolis, Editora Vozes, 240 p.
- MEDINA, C. 1978. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo, Summus, 192 p.
- NEVES, O.; LIEBEL, V. 2015. Os Regimes Militares no Brasil e na América do Sul - Historiografia e Perspectivas. *Anphlac*, 1(18): 56-86. Disponível em: <<http://revistas.fflch.usp.br/anphlac/article/viewFile/2277/2084>>. Acesso em: 30 mar. 2018.
- NOELLE-NEUMANN, E. 1995. *La Espiral del Silencio*. Barcelona, Ediciones Paidós, 336 p.
- OLIVEIRA, H. M. G. 2014. A atuação das agências de notícias nacionais: Estado, Folhapress e O Globo - como distribuidoras de conteúdos no interior dos conglomerados de mídia brasileiros. *Famecos*, 21(2): 518-540.
- STEINBERGER, M. B. 2005. *Discursos Geopolíticos da Mídia: Jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo, Educ, 310 p.
- TUCHMAN, G. 1983. *La producción de la noticia*. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 291 p.