

O Brasil na pauta: o que o The New York Times noticiou sobre o Brasil no primeiro ano do governo Jair Bolsonaro¹

Ana Resende QUADROS²
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

A proposta deste artigo é desenvolver um estudo sobre os principais temas abordados pelo jornal estadunidense The New York Times a respeito do Brasil sob o governo de Jair Bolsonaro. O objetivo é compreender se existe uma semelhança entre o que se entende como características do Brasil por acadêmicos e os temas destacados pelo jornal. Além disso, objetiva-se avaliar quais foram os valores-notícia acionados. Para isso, será feita uma análise de conteúdo conforme Bardin (2011) dos textos publicados pelo jornal em seu site que usem os termos “Brazil” e “Bolsonaro” entre janeiro e dezembro de 2019.

PALAVRAS-CHAVE: valor-notícia; jornalismo internacional; teorias do jornalismo; The New York Times.

INTRODUÇÃO

O ano de 2019 marcou o início do governo de Jair Bolsonaro como presidente do Brasil. Visto como um candidato improvável durante as eleições de 2018, ele não apenas conseguiu vencer a disputa com 57,8 milhões de votos como também contribuiu para a vitória de 54 deputados federais por seu então partido, o PSL. Conhecido como o “Trump brasileiro”, seu governo foi, desde o início, marcado por polêmicas. Logo em seu primeiro ano à frente do Brasil, já se falava dos prejuízos que a figura de Bolsonaro poderia trazer para a imagem do país com a repercussão de suas atitudes na imprensa internacional (Arias, 2019).

Isso porque os veículos de imprensa internacionais, em um mundo globalizado, têm um papel importante na construção de imagem de um país (Sales, 2016). Eles são, muitas vezes, a única fonte de informação do público internacional sobre outras nações (Brasil, 2013). Ao mesmo tempo, como explica Brasil (2013), esses veículos costumam reproduzir a nossa autoimagem e se pautar pela imprensa local, reproduzindo, com

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda no PPGCOM-UFJF. Bolsista CAPES, e-mail: anarquadros@gmail.com.

frequência, estereótipos que temos de nós mesmos, tais quais o país do carnaval, do futebol e da violência, com uma natureza exuberante.

Tendo em vista este cenário, surge a pergunta: como a mídia internacional retratou o Brasil após Bolsonaro assumir o poder? Para responder a esse questionamento, esta pesquisa se propõe a fazer uma análise de conteúdo, aos moldes de Bardin (2011), dos textos publicados ao longo do ano de 2019 no site do jornal estadunidense *The New York Times* (NYT) que utilizassem os termos “Brazil” ou Brazilian” e “Bolsonaro”.

ENTENDENDO A IMPORTÂNCIA COMUNICAÇÃO E DA IDENTIDADE

Entender como a mídia retrata o nosso país no exterior pode nos ajudar a compreender mais sobre a identidade brasileira e também sobre o papel do jornalismo na construção desta imagem, uma vez que sabemos que o jornalismo, sendo o responsável por retratar a realidade, pode construir ou ressignificar a percepção que temos do hoje e do ontem (Barbosa, 2007). Porém, é preciso reconhecer que a realidade de que trata o jornalismo são apenas “pedaços” de tudo o que acontece. E são com esses pedaços que o jornalismo ajuda a compreender o que aconteceu o está acontecendo ao redor (Traquina, 2005a). A junção de todos esses pedaços também atua na construção de imaginários e identidades (Barbosa, 2007).

Isso vale tanto para o nível individual quanto para o coletivo, afinal, no mundo moderno, as pessoas costumam pensar nas culturas nacionais como parte essencial de suas naturezas (Hall, 2006) e, ao mesmo tempo, com a globalização, há uma alteração na maneira como as identidades são compreendidas (Castells, 2018).

Esse processo se intensificou no século XXI, com a Sociedade em Rede, que provoca uma desassociação do espaço e tempo, ocasionando a criação de identidades múltiplas e fragmentadas (Castells, 2018 e Hall, 2006). Nesse cenário, Castells (2018) compreende que vivemos um tempo de crise, onde as instituições não têm mais o poder que tinham na construção das identidades. Ao mesmo tempo, o poder das mídias aumenta, como observa Castells (2017), e há uma aproximação das culturas.

A IDENTIDADE BRASILEIRA

Se há um movimento em todo o mundo de aproximação cultural, no Brasil, essa mistura sempre foi a realidade. Ao contrário do que acontece com a maioria das nações que, ainda que tenham uma multiplicidade étnica, formam suas identidades propagando

a ideia de um povo puro (Hall, 2006), no Brasil, prevaleceu, a visão de Freyre (1995), que atribuiu um sentido positivo à miscigenação. Na comparação com os Estados Unidos – país que ele entendia como sendo bastante racista –, Freyre viu no Brasil uma “democracia racial”. Observa-se que o autor tem uma tendência de relativizar as violências praticadas durante o período colonial. Ainda assim, ele também reconhece que o Brasil colonial era uma sociedade patriarcal, na qual o patriarca (senhor de engenho) tinha domínio total sobre seus escravos, esposas e filhos, poder esse que se aproximava do poderio feudal (Freyre, 1995).

Na visão de Freyre (2004), o Brasil só se moderniza com a chegada da família real em 1808. Esse processo de modernização do país é trado por Freyre como a chegada do Estado e, assim como a abertura dos portos (ou chegada do capitalismo), deu início à Revolução Burguesa no Brasil. Entretanto, diferente do que ocorreu nos países europeus, aqui primeiro mudaram-se as instituições e depois os valores, com o patriarca perdendo seus poderes aos poucos no decorrer do século XIX.

Esse atraso também é percebido por Holanda (1987), que vê nossa origem portuguesa como a grande mazela brasileira. Isso porque nossa colonização seguiu um modelo raízes rurais. Como os senhores de engenho eram a mola da riqueza e do poder na colônia, houve uma predominância do privado sobre o público e essa, para o autor, é uma das principais razões do nosso fracasso. Seríamos, na visão dele, homens cordiais, ou seja, pessoas regidas por sentimentos e emoções no lugar na razão. Essa predisposição para o lado sentimental foi levada aos órgãos estaduais, dando origem ao patrimonialismo (Holanda, 1987).

Sem dúvidas, Freyre (1995 e 2004) e Holanda (1987) foram autores muito importantes para a construção da ideia de Brasil que temos hoje. Porém, a realidade contemporânea é muito distinta daquela em que os autores estavam inseridos. Schwarcz e Starling (2018) defendem que o Brasil é marcado por contrastes. Ao mesmo tempo que é, sim, um lugar onde se predominou a mistura de etnias e culturas, também é uma nação fundada na violência. Como apontava Freyre (1995), existem diferenças entre o racismo no exterior e o nacional. Aqui, segundo Schwarcz e Starling (2018) há uma porosidade na fronteira das cores. É por essa razão que ocorre um embranquecimento daqueles que estão em classes sociais superiores e vice-versa, mesmo que a realidade biológica não seja correspondente. Essa porosidade é acentuada pela intensa mestiçagem que caracteriza o Brasil. “Construída na fronteira, a alma mestiça do Brasil – resultado de uma

mistura original entre ameríndios, africanos e europeus –, é efeito de práticas discriminatórias já centenárias, mas que, ao mesmo tempo, levaram à criação de novas saídas” (Schwarcz e Starling, 2018, p.15).

Entretanto, em vez de reconhecermos quem somos e buscarmos essas saídas, as autoras explicam, assim como já haviam dito Lima Barreto e Sérgio Buarque de Holanda, que os brasileiros querem negar quem são e esperar por soluções milagrosas. Uma das formas de fazê-lo seria colocar nossa identidade sempre em xeque.

Ainda assim, as autoras acreditam que algumas percepções do senso comum do que é ser brasileiro devem mudar. Elas criticam a abordagem que nos coloca como um povo pacífico e avesso à violência. Para as autoras isso é ignorar o fato de que o Brasil, ainda que tenha uma forte presença da desigualdade social, também “luta com tenacidade para construir valores republicanos e cidadãos” (Schwarcz e Starling, 2018, p. 18).

Na visão de Brasil das autoras, somos um país onde reina a dualidade. Nossa construção se baseou no sistema escravocrata, no qual a violência era predominante assim como a luta por liberdade. Na ditadura de Vargas não havia liberdades individuais, mas houve um avanço nos direitos sociais. Uma das provas de que aqui se valoriza os direitos sociais em detrimento dos direitos políticos. Essas experiências fizeram do Brasil um lugar ambíguo, onde violência e democracia convivem lado a lado.

A PESQUISA E SUAS CONTRIBUIÇÕES

Com base na identidade nacional e nos estereótipos do que é ser brasileiro, neste artigo, buscamos identificar quais são as temáticas abordadas pelo *New York Times* ao tratar sobre o Brasil em seu site e de que forma elas se relacionam com a identidade de nosso país e também com a abordagem feita da figura do então presidente Jair Bolsonaro. O método escolhido foi a análise de conteúdo, que, como escreve Bardin (2011), busca encontrar padrões e produzir inferências a partir tanto de uma análise quantitativa quanto qualitativa de mensagens codificadas, como textos e imagens.

Para tanto, é necessário delimitar categorias que servirão como base para a análise do objeto. Nesta pesquisa, propõe-se a divisão em três categorias. A primeira delas são os temas abordados. Aqui, verificaremos a presença de temáticas relacionadas à identidade nacional como meio ambiente, criminalidade e fragilidade institucional, além de outros possíveis temas. A segunda categoria será o protagonismo de Bolsonaro e do Brasil, que podem ser tema central da matéria jornalística ou apenas aparecerem como

coadjuvantes. Por fim, teremos a categoria valor-notícia, que visa identificar os critérios adotados para que aquele artigo fosse digno de publicação.

Como explica Wolf (2008), os valores-notícia são os critérios para se estabelecer se algo é digno de ser noticiado ou não, ou seja, qual é a sua noticiabilidade. Esses critérios se subdividem em diversos aspectos e, para este trabalho, nos interessa sua divisão por conteúdo, os chamados critérios substantivos. Entre esses critérios estão o grau hierárquico das pessoas envolvidas na notícia, a capacidade de aquele acontecimento ter impacto sobre a vida das pessoas, a quantidade de pessoas envolvidas e a capacidade de um acontecimento continuar repercutindo no futuro (WOLF, 2008). Traquina (2005b) complementa esses critérios substantivos elencando como valor-notícia a morte, a notoriedade do ator principal envolvido no fato, a proximidade geográfica do acontecimento, a relevância que o acontecimento tem (sua capacidade de influenciar a vida das pessoas), a novidade (a primeira vez que algo ocorre, por exemplo), o tempo (ser atual ou ter uma conexão com o momento, como o aniversário de um acontecimento), a notabilidade (que envolve fatores como quantas pessoas estão envolvidas), o inesperado, o conflito ou a controvérsia, a infração de regras e o escândalo (WOLF, 2005).

O corpus desse artigo serão os textos publicados no *The New York Times* no período entre janeiro e dezembro de 2019 que tivessem os termos “Brazil” ou “Brazilian” e “Bolsonaro”. Eles foram filtrados utilizando o buscador fornecido pelo jornal. Ao todo, foram publicados 248 textos que utilizam esses termos, porém, foram excluídos aqueles que são classificados como textos opinativos. Contudo, foram mantidos os textos da editoria “Sunday Review”, que trazem interpretações das notícias.

Dados esses critérios, foram selecionados 187 textos, sendo que os meses de agosto e janeiro foram os que tiveram mais publicações usando esses termos, com 56 e 29, respectivamente. Em agosto, foram 42 textos selecionados, enquanto de janeiro foram 23. Já os meses que tiveram menos publicações com esses termos foram outubro e fevereiro, com 6 dos 11 textos de outubro selecionados e 7 dos 9 textos de fevereiro.

Essa pesquisa serve como panorama de como foi a cobertura internacional (representada pelo *The New York Times*) do primeiro ano de governo de Jair Bolsonaro. A análise preliminar indica que o jornal faz uma representação do Brasil alinhada com temas como meio ambiente e representações trazidas por pensadores do Brasil como Freyre (1995 e 2004) e Holanda (1987), além apresentar correlações dessas imagens com a de Bolsonaro.

REFERÊNCIAS

ARIAS, Juan. Por que a guerra de Bolsonaro contra a mídia prejudica a imagem do Brasil no mundo. **El País**, 4 de janeiro de 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/04/opinion/1546636281_491737.html. Acesso em 24 de agosto de 2020.

BARBOSA, Marialva Carlos. **Percursos do olhar**: comunicação, narrativa e memória. Niterói: EdUFF, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Editora 70, 2011.

BRASIL, A. A construção da imagem do Brasil no exterior: um estudo sobre as rotinas profissionais dos correspondentes internacionais. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 775–794, 2013. DOI: 10.15448/1980-3729.2012.3.12901. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12901>. Acesso em: 21 maio. 2024.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 2 ed. Rio de Janeiro/São Paulo. Paz e Terra, 2017.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**: a era da informação, volume 2. 9ª ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2018.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 30 ed. Rio de Janeiro: Record, 1995.

_____. **Sobrados e Mocambos**: decadência do patriarcado e desenvolvimento do urbano. 49 ed. São Paulo: Global, 2004.

HALL, Stuart. **Identidades Culturais na Pós-modernidade**. 11.ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 19 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1987.

SALES, Camila Maria Risso. **O Brasil na Economist**: pensando a influência do perfil político-ideológico da revista na formação da imagem internacional do país. Tese (Doutorado) São Carlos: UFSCar, 2016.

SCHWARCZ, Lilia M. e STARLING, Heloisa M. **Brasil**: uma biografia. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume I: por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005a.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005b.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. Tradução Karina Jannini – 3. ed. – São Paulo: Martins Fontes: 2008.