

Como o The New York Times Usa o Brasil para Falar de Pautas dos Estados Unidos¹

Ana Resende Quadros²

Luiz Ademir de Oliveira³

Resumo expandido

Este artigo propõe analisar de que maneira o jornal estadunidense *The New York Times* (NYT) utiliza sua cobertura sobre o Brasil para tratar de temas que são relevantes aos Estados Unidos. Para isso, será feita uma análise de conteúdo aos moldes de Bardin (2011) e Sampaio & Lycarião (2021) do texto “When Brazil Banned Abortion Pills, Women Turned to Drug Traffickers”, publicado em 28 de junho de 2022 no site do jornal e no dia 30 de junho em sua versão impressa. Esse texto foi considerado pelo buscador do site do *The New York Times* como sendo o mais relevante publicado em junho daquele ano que utilizasse o termo “Brazil”. Porém, no Brasil, outros acontecimentos despertavam mais atenção dos jornais locais, como o desaparecimento do jornalista Dom Phillips e do indigenista Bruno Araújo Pereira⁴. Esse fato ganhou uma cobertura feita pelo NYT, com um total de quatro textos publicados naquele mês acompanhando seu desenrolar até a confissão do assassino. Porém, esse fato, bem como outros acontecimentos, como o encontro entre o então presidente Jair Bolsonaro e o

¹ Trabalho apresentado no GT2 Estratégias de comunicação em ambientes digitais do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura: Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial. Realização da UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² Mestra e doutoranda em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora, bolsista CAPES, e-mail: anarquadros@gmail.com.

³ Orientador do trabalho, Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ, docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, e-mail: luizoli@ufsj.edu.br.

⁴ NICAS, Jack; IONOVA; Ana; SPIGARIOL, André. Threats, Then Guns: A Journalist and an Expert Vanish in the Amazon. *The New York Times*, Rio de Janeiro, 8 de junho de 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/06/08/world/americas/men-missing-amazon-rainforest.html?searchResultPosition=7>. Acesso em 21 de junho de 2022.

presidente dos Estados Unidos Joe Biden ou o questionamento do sistema eleitoral brasileiro por parte dos militares, não são percebidos como os mais relevantes pelo *The New York Times*. Essa é uma observação inusitada, tendo em vista que, como explica Brasil (2013), correspondentes internacionais costumam utilizar o noticiário brasileiro como fonte primária. Então, por que um texto sobre a proibição de pílulas abortivas no Brasil, algo que, conforme o próprio texto do *The New York Times*, aconteceu em 2006, é entendido pela ferramenta de busca do jornal como o mais relevante sobre o país em junho de 2022? Para responder a esse questionamento, precisamos entender o que acontecia nos Estados Unidos nesse período. No dia 24 de junho de 2022, a Suprema Corte estadunidense eliminou o direito constitucional do aborto⁵. Esse fato desencadeou diversos protestos nos Estados Unidos e foi alvo de uma extensa cobertura do *The New York Times*. Percebe-se, portanto, que há uma correlação temática da cobertura dos fatos internos com este texto, mas, em que grau essa correlação se dá? Seria possível perceber aspectos da imagem do Brasil apresentada pelo *The New York Times*? São essas perguntas que este artigo pretende responder. As respostas para esses questionamentos podem nos ajudar a esclarecer estratégias de comunicação empregadas por grandes veículos de imprensa nas coberturas internacionais bem como compreender de que maneira o jornalismo se destaca como construtor de realidades e identidades hoje. Já sabemos que o jornalismo é capaz de construir ou ressignificar a percepção que temos tanto do presente quanto do passado, uma vez que é o construtor do tempo presente (Barbosa, 2007). Essa construção se dá pela capacidade do jornalismo de retratar a realidade, porém, é preciso ter ciência de 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

⁵ LIPTAK, Adam. In 6-to-3 Ruling, Supreme Court Ends Nearly 50 Years of Abortion Rights. *The New York Times*, Washington, 24 de junho de 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/06/24/us/roe-wade-overturned-supreme-court.html>. Acesso em 21 de maio de 2024.

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. Quando tratamos do cenário internacional, o poder da mídia é ainda mais relevante. Sales (2016) acredita que a imagem de um país é formada tanto pelo discurso oficial quanto pelas representações que os demais atores fazem sobre ele. Esse processo de construção de imagética faz parte da construção identitária de uma nação. Segundo a autora, dentre os atores que mais se destacam estão os veículos de imprensa internacionais, uma vez que, com o mundo globalizado, o poder da mídia e do público transnacional se solidificou. Isso acontece porque, como explica Brasil (2013), os veículos noticiosos são a única fonte de informação do público internacional sobre outros países. Ao mesmo tempo, para o autor, a imagem que os veículos estrangeiros têm de nós é altamente dependente de nossa autoimagem. Sendo assim, reproduzem-se estereótipos que temos de nós mesmos: o país do carnaval, do futebol e da violência, com uma natureza exuberante. Outras características brasileiras que impactam na nossa autoimagem são as nossas origens agrárias e instituições frágeis (Freyre, 2004a e 2004b), além da prevalência da emoção sobre a racionalidade (Holanda, 1987). O que se entende hoje é que o Brasil é um país de contrastes, onde se predominou a mistura de etnias e culturas ao mesmo tempo que é um lugar onde a violência deixou sua marca (Schwarcz e Starling, 2018). Estariam essas características presentes na cobertura internacional sobre o Brasil? Para averiguar isso é necessário analisar um veículo que tivesse grande relevância

global e o *The New York Times* pode ser descrito como um *quality paper*, ou seja, uma publicação respeitada como um veículo de comunicação sério. Isso se comprova por sua importância histórica, uma vez que o jornal foi criado em 1851⁶, por sua credibilidade comprovada pelas várias premiações recebidas, incluindo mais de uma centena de prêmios Pulitzer, e seu grande público, uma vez que tem mais de 10 milhões de assinantes e mais de 100 milhões de leitores⁷. O texto que compõe o *corpus* foi escolhido por sua aparente maior conexão com a pauta estadunidense que com o noticiário brasileiro, mas, para se verificar se há entrelaçamentos maiores entre a cobertura sobre o Brasil e temas dos Estados Unidos, é preciso fazer uma análise de conteúdo, que tem aspectos tanto quantitativos quanto qualitativos, usados na busca por padrões e na produção de inferências (Bardin, 2011). Para tanto, é preciso definir categorias que servirão como base para a análise do objeto. Neste trabalho foram escolhidas três categorias. A primeira delas é a avaliação do(s) critério(s) de noticiabilidade presente(s) no texto conforme as definições de valor notícia de Wolf (2008) e Traquina (2005b). A segunda categoria é a identificação dos enquadramentos noticiosos trazidos na notícia com base nas definições de D'Angelo e Shaw (2018). Por fim, a terceira categoria é a averiguação das relações entre as temáticas presentes e os estereótipos do Brasil.

Palavras-chave

Identities; Webjornalismo; Enquadramento Noticioso; The New York Times; Brasil.

Referências

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

⁶ HISTORY. *The New York Times*. Disponível em: <https://www.nytc.com/company/history/>. Acesso em 25 de agosto de 2021.

⁷ THE New York Times Advertising. *The New York Times*. Disponível em: <https://advertising.nytimes.com/audience-and-insights/>. Acesso em 21 de maio de 2024.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

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.

D'ANGELO, Paul; SHAW, Donna. Journalism as Framing. In: VOS, Tim P. **Journalism**. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2018, p. 205-234. Disponível em <<https://doi.org/10.1515/9781501500084-011>> Acesso em 25 de agosto de 2021.

FREYRE, Gilberto. **Casa grande & senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 49 ed. São Paulo: Global, 2004a.

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

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.

NOLEN, Stephanie. When Brazil Banned Abortion Pills, Women Turned to Drug Traffickers. **The New York Times**, Rio de Janeiro, 28 de junho de 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/06/28/health/brazil-abortion-pills.html?searchResultPosition=1>. Acesso em 21 de maio de 2024.

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.

SAMPAIO, Rafael Cardoso & LICARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021.

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



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Cibercultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

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.