

# MERCOSUL: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS ADOTADAS PELOS PORTAIS G1 E R7

## Mercosur: análisis de las estrategias argumentacionales adoptadas por los portales G1 y R7

Rejane de Oliveira Pozobon<sup>1</sup>

Franciéli Barcellos de Moraes<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho busca analisar as estratégias argumentativas adotadas pelos portais de jornalismo online G1 e R7 em suas notícias acerca do Mercado Comum do Sul (Mercosul) no biênio 2019-2020, a partir da metodologia de Análise Argumentativa (Breton, 1998; Amossy, 2018). Para além, é estabelecida a relação inerente entre os campos das mídias e da política, o que converte o jornalismo em ator social fundamentalmente político. Portanto, a conclusão principal é de que ambos os portais corroboram para manutenção de discursos governamentais, com foco apenas no viés econômico do Bloco, em reforço a imaginários sociais colonizados acerca do subcontinente.

**Palavras-chave:** Mercosul; Análise Argumentativa; Jornalismo internacional.

### RESUMEN

El presente trabajo busca analizar las estrategias argumentativas adoptadas por los portales de periodismo online G1 y R7 en sus noticias sobre el Mercado Común del Sur (Mercosur) en el bienio 2019-2020, con base en la metodología de Análisis Argumentativo (Breton, 1998; Amossy, 2018). Además, se establece la relación inherente

---

<sup>1</sup> Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Mestre em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria, Bacharel em Jornalismo e em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: rejanepezobon@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), pesquisadora discente do Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação e Política (UFSM/CNPq). E-mail: franbarcellosm@gmail.com

entre los campos de los medios y la política, lo que que convierte al periodismo en actor social fundamentalmente político. Por lo tanto, la conclusión principal es que ambos portales apoyan el mantenimiento de los discursos gubernamentales, enfocándose únicamente en el sesgo económico del Bloque, en refuerzo del imaginario social colonizado sobre el subcontinente.

**Palabras-clave:** Mercosur; Analisis argumentativo; Periodismo internacional.

# MERCOSUL: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS ARGUMENTATIVAS ADOTADAS PELOS PORTAIS G1 E R7

## Introdução

São as notícias, gênero primeiro da atividade jornalística, que, no dia-a-dia, ao sentarem à mesa conosco no café da manhã, no banco do ônibus ou no sofá da sala, nos fornecem um arcabouço de subjetividades interpretativas, que às vezes, como diria Steinberger (2005), são estrábicas sobre o mundo, percebamos isto ou não. Ao se tratar do noticiário internacional ou de política externa, o desalinhamento da visão se agrava, posto que estas temáticas são dadas como distantes da realidade da grande maioria da população.

Assim, esta pesquisa se concentra em estudar os últimos dois anos, 2019 e 2020, de notícias sobre o Mercado Comum do Sul em dois dos maiores portais de notícias *online* do Brasil, G1 e R7. O período de análise abrange o primeiro biênio de governo de Jair Bolsonaro (Sem partido),<sup>1</sup> o qual está inserido em um novo arranjo do cenário geral de organização política latino-americana em comparação com a primeira década do milênio.

É, assim, pela questão “Como e por meio de quais estratégias argumentam os portais G1 e R7 sobre o Mercado Comum do Sul?” que nos guiamos centralmente, dada a indubitável função que os noticiários têm em tensionar opiniões, tais como sobre projetos integracionistas latino-americanos, que é uma das atribuições do Bloco. Compreender as projeções jornalísticas sobre o objeto cooperam para explicitar a imbricação entre dois campos: o midiático e o político, e contrapor o ideal de imparcialidade dos meios.

## O Mercado Comum do Sul

Processos de integração preveem novas estruturas organizacionais e caracterizam-se pelo encaminhamento de ações comuns pelos Estados participantes. Um conjunto de elementos deve ser levado em conta, sejam eles subjetivos, como identidade e vontade política, sejam eles objetivos, tais como interesses econômicos, na busca pelo apagamento de distâncias entre “nós” e “eles” e o firmamento do acesso aos Direitos Humanos (Batista, 2017). Na América Latina projetos integracionistas são acionados em geral quando surgem ameaças externas e o Mercosul é o mais forte organismo com potencial para consolidação de uma plena integração latino-americana, por mais que na atualidade ainda siga restrito substancialmente a operações de arranjo econômico voltadas aos Estados Unidos da América (EUA) e à Europa.

A criação do Bloco remonta a 1985, como resultado de uma dedicação bilateral entre Argentina e Brasil, que tinham como presidentes respectivamente Raúl

Alfosín (UCR) e José Sarney (PMDB). O empenho, de caráter não somente econômico, mas também político, teve então seus próximos passos na assinatura do Protocolo de Ouro Preto, em 1994, o que conferiu personalidade jurídica à Organização.<sup>2</sup>

De antemão, explicamos que consideramos neste artigo o Mercosul como ferramenta de integração não só sul-americana, mas sim latino-americana pelo Bloco não se limitar aos Estados Parte, tendo o México como país observador e relações estabelecidas com outros países do subcontinente que extrapolam a América do Sul.

Atualmente, a República Argentina, a República Federativa do Brasil, a República do Paraguai, a República Oriental do Uruguai e a República Bolivariana da Venezuela são Estados Parte do Mercosul, porém o último se encontra suspenso desde 2016 por descumprimento do Protocolo de Ushuaia.<sup>3</sup> Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Guiana, Peru e Suriname gozam do status de Estados Associados. Quanto ao Estado Plurinacional da Bolívia, este está em processo de aprovação, uma vez que o país já assinou, em 2015, o Protocolo de Adesão e até então se encontra em vias de admissão pelos congressos dos outros Estados Parte.

São considerados Estados Parte aqueles que adotam a Tarifa Externa Comum (TEC), que cumprem todas obrigações perante ao Mercosul e contam com direito a voto. Por Estados Associados se entende aqueles que não adotam a TEC nem possuem poder decisório, mas assinaram a prévia de acordos de complementação econômica (ACE) e expandem suas trocas comerciais com os demais países do Mercado.

O organismo intergovernamental<sup>4</sup> é um bloco independente de seus países fundadores e possui acordos e negociações com mais de 90 países em todos os continentes. Os cinco Estados Parte ocupam, com dados de 2016, aproximadamente: 72% do território da América do Sul; 69,5% da população sul-americana e 76,2% do PIB da América do Sul.<sup>5</sup>

Estrutura-se institucionalmente em três órgãos decisórios, sendo eles: o Conselho do Mercado Comum (CMC), órgão supremo que é o principal dentre os três; o Grupo Mercado Comum (GMC), órgão decisório executivo; e a Comissão do Mercado Comum (CCM), órgão decisório técnico. Para além destes três, o Mercosul também conta com um órgão de representação parlamentar, o Parlamento do Mercosul (Parlasul); um órgão consultivo, que é o Foro Consultivo Econômico Social (FCES), e um órgão de apoio operacional, que é a Secretaria do Mercosul (SM).

É viável entender, com base em Ribeiro (2018), que, apesar da estrutura institucional do Mercosul de fato estar apta a ser democrática e representativa, não é assim que ele opera na prática. A autora, por mais que reflita que muitos dos déficits do Bloco são na verdade espelhos de déficits mais profundos dos

próprios Estados Parte, também indica que um dos grandes motivos para que o Mercado Comum do Sul não funcione adequadamente é o próprio interesse dos governos dos países membros, que se beneficiam do atual arranjo do organismo, de caráter intergovernamental. Isto significa uma exclusividade na proposição e na tomada de decisões do bloco aos governos, na figura de seus representantes e/ou funcionários de alto nível. Os órgãos de representação democrática são secundários nos processos.

Ademais, Ocampo (2009 apud Batista, 2017) indica que são seis os estágios de integração entre países, respectivamente, em ordem crescente aos níveis de interação e interdependência dos Estados membros: “Sistema de Preferências Tarifárias”; “Zona de Livre Comércio”, “União Aduaneira”, “Mercado Comum”, “União Econômica” e “Integração Total”. A partir disto, para concessão do título de Mercado Comum, os países devem não só permitirem a livre circulação de pessoas, capitais e serviços e projetarem uma mesma política comercial, mas também concederem maior soberania ao coletivo e fortalecerem a ideia e os vínculos de supranacionalidade, o que entra em desacordo com o atual estágio do Mercosul, que perdura até então em um estado de “União Aduaneira Imperfeita”. Muitas vezes os Estados Parte prezam por decisões individuais, consequência de diferentes matrizes ideológicas centralizadas em seus governantes, o que reflete, por exemplo, em oscilações de aberturas e restrições, o que atrapalha mais uma vez o processo de maturação do que viria a ser um Mercado Comum na plenitude de seus compromissos. Ribeiro (2018) aponta isto como consequência de um processo histórico de “dificuldade dos países de se articularem e de atingirem resultados aceitáveis por todos. Portanto, existe uma tendência [...] de adotar mecanismos de decisão que utilizam o consenso e a unanimidade como forma de equalizar os interesses dos Estados” (p. 88).

Assim, construímos esta reflexão com ancoragem na proposta que o Mercosul ainda não corresponde em completude aos requisitos para a qualificação como Mercado Comum, mas, também, com a crença na competência do Bloco para um processo de emancipação e soberania latino-americana, pela soma das potências de seus Países Membros e Associados, que são ricos não somente em recursos naturais e matérias-primas para a indústria, mas também em suas histórias e suas culturas.

Quanto a relação do Governo Jair Bolsonaro em relação ao Bloco, reiteramos o evidente, que o explanado neste texto concerne somente aos dois primeiros anos de governo de Jair Bolsonaro (Sem Partido), o qual tem previsão de mandato até o ano de 2022. Mesmo que ocorra a troca do Ministro das Relações Exteriores até o fim do mandato é pouco provável que a possibilidade provoque mudanças expressivas na linha de condução política, o que o escrutínio das gestões anteriores comprova.

A partir de Sorato (2019) é possível encontrar que, com base em certos aspectos, a política de relações exteriores de Bolsonaro se assemelha a de seu predecessor

Michel Temer (MDB), numa lógica de continuidade de agendas, em que incluímos a tentativa de relançamento do Bloco. “Esses novos modelos pretendem, sobretudo, diferenciar-se das administrações anteriores de Lula da Silva e Dilma Rousseff para a impressão de uma nova marca” (Sorato, 2019, p. 18).

Ainda conforme Sorato (2019), se nos governos dos petistas a articulação era voltada ao empreendedorismo social, no intuito de um Brasil mais inserido e mais maduro na ordem global, a prioridade do atual governo é pelos temas de “desideologização”, comércio e segurança, com uma assinalada crítica aos parceiros Sul-Sul. Neste caso destacamos as críticas à Argentina e à Venezuela, Estados Parte do Bloco governados por partidos de esquerda.

Quanto à “desideologização”, ideia que perpassa a outros domínios do Governo Bolsonaro, apontamos que a concepção é vazia. Não há possibilidade de neutralidade, mas sim de mudança no paradigma ideológico. Isto pois de acordo com Verón (1980) o ideológico não é um repertório de conteúdos, mas sim uma gramática de engendramento de sentido que está por toda parte, também como exercício de poder.

Portanto, no que toca as principais posturas do governo em relação ao Mercado Comum do Sul, destacamos: a ameaça de saída do bloco feita em 2019, em uma forma de represália à eleição do peronista Alberto Fernandez (PJ) na Argentina; a retirada do Ministério da Educação (MEC) do grupo de trabalho sobre educação do Mercosul; e o anúncio, também em 2019, da conclusão da parte comercial do histórico acordo de livre comércio entre o Bloco e a União Europeia, que vinha sendo ensaiado há duas décadas.

É concebível então definir que a partir do governo de Jair Bolsonaro a tradicional política de relações exteriores do Itamaraty sofre com uma ruptura nos procedimentos diplomáticos e que os interesses frente ao Mercosul perdem o caráter de integração regional, mesmo que se somente comercial, privilegiando acordos e relações junto aos EUA, em especial pela figura de Donald Trump (Republicanos), e a Europa, em uma renovação do subimperialismo brasileiro em sua condição de capitalismo dependente.<sup>6</sup>

## **A produção noticiosa de temática internacional**

É necessário estabelecer o jornalismo como um campo, abarcado pela ideia mais ampla que é a de mídia e que constantemente entra em imbricação com outros, em especial o político, no sentido de forças governamentais. Destarte, iniciamos pela exposição do conceito de campo, com respaldo em Bourdieu (1989), que assim determina espaços simbólicos que gozam de certa autonomia e certa legitimidade, mesmo que não possam ser verificados isolados de um restante de conjunto de relações. “Todo o campo é lugar de uma luta mais ou menos declarada

pela definição dos princípios legítimos de divisão do campo” (Bourdieu, 1989, p. 150) e é forjado em embates entre agentes disparem em classe e, portanto, com condições desiguais de atuação e disposição de capitais para a imposição da visão legítima do *status quo*.

Isto posto, quanto à instância jornalística, estamos compreendendo-a a partir de seu campo mais abrangente, o de mídia, por este contemplar discernimentos além dos diretamente relacionados aos processos noticiosos, o que potencializa a compreensão acerca de sua parcela no poder social. Em Steinberger (2005) encontramos as mídias como articuladoras de imaginários e de processos de reprodução social, em um modo de reciclagem de outros discursos. Para a autora, pelo menos no Brasil, quem fala pelo cidadão é a mídia.

Já com fundamento em Charaudeau (2019) ampliamos a assimilação. Para o autor as mídias não se configuram como uma forma de poder social, mas como possuidoras de uma parte deste poder. É ainda com base neste que entendemos a mídia como uma máquina humana que recorre a diversos discursos para alcançar seus propósitos. Nesta máquina há um espaço especial ao jornalismo, lido como mídia de informação, em uma diferença entre o geral das mídias e aquelas que se restringem ao papel de construir e relatar os acontecimentos, informar sobre o espaço público. Deste modo, as mídias de informação, o jornalismo, desdobram-se em uma lógica dupla: econômica, pois os veículos não deixam de ser empresas, e simbólica, pela vocação em participar da elaboração de opiniões públicas.

Delimitar o que é política é difícil, a noção é verdadeiramente profunda e multidimensional, permeia o mundo social como um todo. Seja nas escolhas linguísticas, nas imposições de papéis de gênero, ou até nas projeções territoriais, o político é inerente. Cook (2011) é um autor que atenta a isto, quando postula que “uma tentativa de definir a política é em si mesma um ato político” (p. 203). Por isso, para abreviar, ao tratar de campo político, aqui nos detemos a este com assento de política institucional, vinculado sobretudo ao governamental.

Com base em Bourdieu (1989), conta-se que o campo político é “o lugar de concorrência pelo poder que se faz por intermédio de uma concorrência pelos profanos, ou melhor, pelo monopólio de falar e de agir em nome de uma parte ou da totalidade dos profanos” (p. 185). E se é na política que reside, por excelência, a eficácia simbólica, não podemos desconsiderar o jornalismo como um ator político – o que não se traduz por governamental.

Cook (2011) vela que o poder e o impacto políticos do jornalismo são um tanto contraditórios, visto que

O primeiro serve para dar maior acesso às notícias – e, por extensão, à esfera pública – aos funcionários públicos. [...] Mas o segundo implica que, embora os funcionários tenham entrada facilitada na esfera pública, não podem enviar sem filtro suas mensagens. (p. 211).

Tanto o jornalismo quanto a política institucional controlam recursos importantes, e por isso precisam estabelecer constantes negociações, ambos necessitam ceder. Em um jogo de influência mútua, o discurso governamental molda as mídias e as mídias moldam o discurso governamental. As mídias podem hora contestarem o campo governamental, hora reforçarem seus discursos e poderes. Estes campos, mesmo que conflitantes, constroem-se em simbiose.

Quanto a objetividade e a imparcialidade são estes dois preceitos institucionalizados que estruturam a concepção e legitimam a operação da atividade jornalística liberal. A ideia

Da objetividade e da imparcialidade do jornalismo corresponde não ao fato ou possibilidade real da existência desse tipo de informação, mas, ao contrário, ao fato de que as necessidades sociais objetivas e universais de informação só podem ser supridas conforme uma visão de classe. (Genro Filho, 1987, p. 160-161).

Amaral (1996) recorda em sua obra “A objetividade jornalística”, que pretende abordar exatamente esta ideia, que a objetividade, com ares de virtude, acompanha a empreitada jornalística em todas suas etapas, desde sua propulsão junto ao capitalismo, dado que foi sua adoção que concedeu credibilidade à prática e multiplicou seu mercado. Porém, ao invés de imprimir neutralidade, como se propõe, imprime sim superficialidade. Ao negar a complexibilidade e a diversidade da vida, a “obediência cega à objetividade torna os repórteres simples moços de recado” (Amaral, 1996, p. 62). A objetividade, quando sob a égide liberal, é desconectada das relações concretas com a realidade.

Defendemos que a busca de uma objetividade aproximada é sempre digna, pois, apesar dos sentidos opacos impressos ao conceito, não podemos negar uma tensão saudável em direção a verdade. Por isso, ressaltamos aqui a diferenciação entre objetividade e imparcialidade, se a primeira pode minimamente se cumprir, a segunda efetivamente é uma fantasia. Seja no processo de produção, com a seleção de pautas, escolhas de fontes e/ou a eleição de expressões, ou no processo de recepção, a subjetividade está intrínseca. Inclusive os termos “seleção”, “escolha” e “eleição” denotam isto. Toda opção resulta em uma tomada de posição, voluntária ou involuntariamente.

Cabe ressaltar que apesar que nos vinculamos à tese de que ideologias atravessam tudo e todos, não nos alicerçamos no sentido reducionista de ideologia, como um reflexo deformante e vazio do mundo, mero e somente instrumento de manipulação sob posse das classes dominantes, mas sim no sentido de ideologia como pilar essencial à vida humana e à vida social da história. Verón (1980) é um autor que contribui na superação da tradução de ideologia como falsa consciência. Ele nos fornece a asserção que o ideológico é matéria significante e constituinte de qualquer discurso e dimensão. Seus estudos incluem a análise do ideológico como parte de uma teoria geral da produção social do sentido, em uma crítica



aos “marxisismos vulgares” e em defesa da retomada da afirmação ideológica em todas as práticas, já que a ideologia não seria um obstáculo ao conhecimento, mas uma condição a ele.

É viável então referendarmos Genro Filho (1987), que, de fato, “os indivíduos não conseguem se livrar de suas motivações sociais, políticas ou ideológicas. Na verdade, a questão é anterior: a comunicação humana envolve a objetividade da base material e a subjetividade da auto-construção histórica” (p. 247). O falseamento de um mundo objetivo por meio das notícias oculta interesses narrativos e comerciais. A imparcialidade nada mais é que um ideal instrumentalizado a camuflar ideologias na busca pela maior adesão social possível, e no caso do jornalismo, adesão de público consumidor. A ideologia é uma modalidade inscrita na práxis,<sup>7</sup> organicamente inserida na totalidade do tecido social e inerente à história e aos modos de produção.

No que toca ao jornalismo internacional é relevante pensarmos que as ideias sobre espaço não são construídas apenas na leitura de guerras, invasões, relevos e/ou fronteiras, mas igualmente na leitura dos produtos de mídia, no consumo de filmes,<sup>8</sup> músicas e notícias. “O espaço geopolítico é um conceito socialmente produzido com base em uma multiplicidade de discursos” (Steinberger, 2005, p. 37).

Para ilustrar como se realiza a produção noticiosa de temática internacional sobre o “Terceiro Mundo”,<sup>9</sup> calha uma comparação com a produção dos mapas, ao mínimo com a Projeção de Mercator, que ganhou destaque ao ser a primeira a conseguir representar de modo plano o globo esférico da Terra. Esta projeção, do tipo conforme cilíndrica, por mais que conserve o formato dos continentes, distorce suas posições e seus tamanhos, concedendo destaque e privilégio à Europa. Este modelo, por muito tempo tido como oficial, expressa fielmente visões eurocêntricas sobre o mundo, à serviço de uma ideologia imperialista. Destarte, na atualidade, os jornais podem ser considerados os novos mapas à serviço do imperialismo, com uma cartografia deformante da América Latina.

[...] o jornalismo internacional apresenta, por suas escolhas e construções discursivas, uma cartografia do outro, do estrangeiro. Ao fazer isso, estabelece uma geopolítica própria, que revela (e silencia) pelo menos três aspectos: uma geopolítica dos fatos; uma geopolítica dos que falam, dos que ocupam o lugar de fonte, das falas que por estar entre aspas compõem o discurso jornalístico; e uma geopolítica dos que são citados, dos fatos e personagens que o jornalismo faz referência, direta ou indiretamente, de quem fala sem deixar falar (Zamin, 2010, p. 231).

As agências de notícias transnacionais atualmente se estabelecem como cartéis de mídia, impérios que configuram acontecimentos e alimentam “um imaginário mapeado por desejos que nos são alheios, mas que, por efeito ideológico, reconhecemos como próprios” (Steinberger, 2005, p. 237).

É possível pontuar a marginalização das pautas latino-americanas nos noticiários como decorrente do que se compreende por imperialismo midiático, processo

moldado não apenas pela existência de monopólios de mídia mas também pela distorção e censura de divergências. Steinberger (2005) é complementar, de que “o subdesenvolvimento informacional subordina-se ao subdesenvolvimento político” (p. 220).

A produção jornalística brasileira é mínima em autonomia intelectual sobre as categorias que organizam o temário internacional no geral, mas sobretudo quanto à produção de notícias que concernem à América Latina. Os fatos são fragmentados e a completude de informações sobre eles nos são blindadas. O subcontinente se torna algo distante, dado que os acontecimentos que lhe competem chegam aos jornais locais cobertos por um espesso manto de valores forasteiros.

### **Análise Argumentativa do Discurso**

Neste estudo tomamos a Teoria Argumentativa do Discurso como base metodológica por suas características de consistência e de criticidade. Acreditamos que apenas uma metodologia que contemple contextos social, econômico, político e cultural como elementos interpostos pode ser capaz de exame efetivo de objetos complexos que terçam comunicação e política.

Assim, Amossy (2018) define que a atividade, como ramo de estudo, tem por objetivo maior

[...] analisar, sob todas as suas facetas, o funcionamento da comunicação humana como fenômeno linguageiro, cognitivo e sociopolítico. Trata-se não de julgar ou de denunciar, não de fornecer critérios e de aplicar normas de avaliação, mas de descrever a realidade das trocas verbais que constroem as relações intersubjetivas e a realidade social (p. 8).

No que toca ao jornalismo, podemos trabalhar com o entendimento de Amossy (2018), de que “na medida em que a argumentação exige que examinemos, antes de mais nada, quem fala a quem, em qual quadro e em quais circunstâncias, fica claro que as relações hierárquicas e a sua gestão discursiva são essenciais” (p. 189). A atividade argumentativa não é exercida apenas pela fala, mas também pela escrita.

Por conta da limitação do artigo, nos deteremos a apresentar quatro estratégias argumentativas: *ethos*, dramatização, simplificação e metáfora, com ancoragem em Amossy (2018), Charaudeau (2019), Motta (2013) e Breton (1998).

O conceito de *ethos* discursivo é aquele que é determinado na ordem linguageira. Não se trata da imagem e das ideias reais de quem fala ou sobre quem/o que se fala, o *ethos* prévio, mas da imagem projetada ao auditório por meio das palavras. Amossy (2018) discorre que não há como uma enunciação escapar do criar de uma imagem, ao tomar da palavra já se inicia a criação. O *ethos* é coconstruído na troca e por isso deve estar em movimento constante e espontâneo de readaptação.

A dramatização não está conectada, necessariamente, a repertórios tristes, mas sim a repertórios tocantes, com apelo a roteiros que, irracionalmente, já habitam o imaginário social da audiência. Charaudeau (2019) coloca que esta estratégia, mesmo que menos admitida no quimérico da credibilidade ou não tão claramente exposta, é fundante do contrato midiático. A construção de acontecimentos de impacto emocional cumpre com a exigência de atração de público e o *pathos* está totalmente ligado a este processo.

Também compreendida como vulgarização, a simplificação é a busca pelo maior denominador comum de uma ideia a fim de alcançar públicos com diferentes níveis de entendimento, processo que envolve riscos. Isto porque, na tentativa de facilitar o entendimento de alguma informação ao auditório, é possível que os sentidos sobre o fato sejam fragmentados e/ou deformados, em uma redução à meia-verdade. Para Charaudeau (2019), “as mídias trapaceiam cada vez que uma explicação é apresentada como a decodificação simplificada de uma verdade oculta, como acessível a todos” (p. 62-63). Competem a esta estratégia, como um procedimento duplo, as noções de singularização e de essencialização. A primeira empreitada ocorre quando o enunciador aciona uma ideia por vez no discurso ou quando este distingue um objeto ou situação de todos outros, tornando-os únicos, a fim de evitar confusões mentais para a audiência. A segunda é definida pela condensação, por parte do enunciador, de um fato em si mesmo a ponto que este aparente ser natural e independente.

Por fim, quanto à estratégia de metáfora há divergências, seja quanto a seu caráter argumentativo, seja quanto à sua pertinência. Em Amossy (2018), por exemplo, mesmo que encontremos a defesa de um papel da metáfora para além do estilístico, a figura não é observada unitariamente, mas como participante da análise de analogia. Em nosso entendimento, mais do que uma transferência de sentidos para promover aproximações de elementos à princípio distantes entre si, a metáfora tem utilidade em adaptar mensagens a certos contextos de recepção e assim promover o entendimento de ideias. Em Motta (2013), há uma importância fundamental na observação dos recursos de linguagem, tais como a metáfora, para a compreensão de efeitos de tônica, ênfase e destaque, e em Breton (1998), as referências metafóricas autorizam “correspondências subterrâneas que vão beber, por vezes, no mais profundo do nosso ser e da nossa cultura” (p. 87).

Após a apresentação da proposição metodológica e dos conceitos norteadores, vamos passar para a apresentação das estratégias argumentativas encontradas no material em análise.

### **Argumentos acionados em G1 e R7 acerca do Mercosul**

A análise argumentativa se deteve às matérias publicadas nas datas de 1º de janeiro de 2019 até 31 de dezembro de 2020 nos sítios G1 e R7, respectivamente

portais *online* dos grupos Globo e Record. A escolha deste período é dada intencionalmente, pois computa em exato os dois primeiros anos do Governo Bolsonaro no Brasil, o que nos permite um recorte mais nítido de conteúdos publicados e de estratégias empregadas para tratar do Mercado Comum do Sul na atualidade.

As procuras no Portal G1 com a palavra-chave “Mercosul” foram feitas pelo buscador do sítio e foram excluídas da contagem matérias em vídeo ou frutos de redirecionamento a seções regionais, vinculadas às afiliadas por estado; a seções de telejornais, como Jornal Nacional, Globo Rural e Autoesporte; às seções de *podcasts*; e a seções de blogs. Desta forma, resultaram 87 matérias para análise.

Quanto à busca de matérias hospedadas no Portal R7, o caminho seguido foi outro. Isto porque o buscador do sítio, até a conclusão desta análise, entregava como resultado de pesquisa apenas 8 matérias com a palavra-chave no título. Assim, optamos pela busca personalizada no Google Notícias, com as palavras-chave “Mercosul” e “R7”. Desta forma foram localizadas 50 notícias que continham Mercosul no título, sendo que três destas também estavam incluídas nos resultados pelo buscador do próprio portal. Logo, somam-se um total de 55 matérias para análise. Para chegar a este número foram descontadas as matérias em vídeo ou que redirecionavam, da mesma forma que feito no G1, para seções regionais, ou para a seção R7 Esportes.

## - Portal G1

### Ethos

*“O Mercosul necessita de uma reforma para encarar a concorrência com a Europa e também se prepara para novos acordos de livre-comércio que pretende fechar nos próximos meses. Pela primeira vez desde 1994, quando passou de uma zona de livre-comércio a uma união aduaneira, o bloco sul-americano não tinha um encontro de cúpula com tantos desafios que alterassem sua estrutura”.* (‘Mercosul discute reformas internas para enfrentar concorrência europeia’, Editoria Economia, 16 de setembro de 2019).

*“O acordo de livre comércio assinado pelo Mercosul com a União Europeia nesta sexta-feira (28) após 20 anos marca o fim do isolamento do bloco, avaliam analistas ouvidos pelo G1. O tratado é o mais ambicioso já feito pelo grupo de países sul-americanos”.* (‘Acordo com União Europeia tira Mercosul de isolamento; entenda’, Editoria Economia, 26 de junho de 2019).

### Dramatização

*“Cúpula do Mercosul será marcada pela tensão Bolsonaro-Fernández”.* (Título, Editoria Mundo, 3 de dezembro de 2019).

## Simplificação

*“Tanto o Mercosul como a União Europeia (UE) tinham vontade de fechar um acordo comercial, e os dois lados entendiam que, se isso não fosse feito nesse momento, seria mais difícil no futuro”*. (‘Janela de tempo para fechar acordo do Mercosul com a Europa era pequena, dizem analistas’, Editoria Mundo, 26 de junho de 2019).

*“Acordo com União Europeia tira Mercosul de isolamento; entenda”*. (Título, Editoria Economia, 26 de junho de 2019).

*“Acordo Mercosul e União Europeia: quais os próximos passos”*. (Título, Editoria Economia, 04 de julho de 2019).

*“Em Bento Gonçalves também estarão presentes representantes de países que vivem violentas crises políticas e protestos sociais” e “Temeroso de que Fernández, herdeiro de uma economia mergulhada em uma grave crise, adote políticas protecionistas, o governo Bolsonaro chegou a ameaçar deixar o bloco”*. (‘Cúpula do Mercosul será marcada pela tensão Bolsonaro-Fernández’, Editoria Mundo, 3 de dezembro de 2019).

*“Anunciado em 2019 após duas décadas de negociação, o acordo comercial entre Mercosul e União Europeia precisa, para entrar em vigor, ser assinado e aprovado pelos parlamentos dos países envolvidos”*. (‘Tudo é reversível’, diz Mourão após Parlamento europeu indicar rejeição a acordo Mercosul-UE’, Editoria Economia, 7 de outubro de 2020).

## Metáfora

*“Sem Mercosul, União Europeia cai nos colo dos EUA”, diz associação de exportadores”*. (Título, Editoria Mundo, 10 de outubro de 2020).

## **- Portal R7**

### Ethos

Não encontrada.

### Dramatização

*“O clima pesou em diversos momentos e houve tensão entre os negociadores, conta essa fonte. Ao longo desta sexta, porém, foi possível alcançar um consenso”*. (‘Mercosul e União Europeia fecham acordo de livre comércio’, Editoria Economia, 28 de junho de 2019).

“*Falta de clima’ com Bolsonaro deixa presidente eleito da Argentina de fora de encontro do Mercosul*”. (Título, Editoria Internacional, 1º de dezembro de 2019).

“*Bolsonaro e Fernández trocaram farpas públicas desde a campanha eleitoral na Argentina*”. (“Falta de clima’ com Bolsonaro deixa presidente eleito da Argentina de fora de encontro do Mercosul”, Editoria Internacional, 1º de dezembro de 2019).

### Simplificação

“*As seis questões-chave que o Mercosul debate na Argentina*”. (Título, Editoria Economia, 16 de setembro de 2019).

“*Mercosul busca acelerar aplicação de acordo com a UE*”. (Título, Editoria Economia, 17 de julho de 2019).

“*O Mercosul (Mercado Comum do Sul) tem um grande desafio para enfrentar nos próximos meses: além de uma crise sanitária e econômica sem precedentes, ajustar as relações diplomáticas*”. (‘Pandemia reaproxima líderes e pode fortalecer o Mercosul’, Editoria Internacional, 10 de setembro de 2020).

### Metáfora

“*Principal desafio e “elefante na sala” do bloco, a Venezuela é vista como exemplo do que não deve ser objetivado pelo bloco, que busca a união de democracias livres, justas e transparentes*”. (‘Bolsonaro diz que aproximação com bloco transformou Mercosul em ‘2.0’’, Editoria Prisma, 17 de setembro de 2019).

“*Outra pedra no caminho do acordo foi a declaração do ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, sobre aproveitar a pandemia para “passar a boiada” por meio do relaxamento de regras ambientais*”. (‘Brasil não é Bolsonaro’ e acordo Mercosul-UE trará ‘controle’ sobre Amazônia, diz relator do Parlamento Europeu’, Editoria Internacional, 14 de setembro de 2020).

“*Sem Mercosul, União Europeia cai nos colo dos EUA’, diz associação de exportadores*”. (Título, Editoria Internacional, 13 de outubro de 2020).

## **Considerações finais**

No que consta da análise de estratégias argumentativas, a estratégia principal encontrada em G1 é a de simplificação, enquanto em R7, em igual medida, encontramos as estratégias de simplificação, dramatização e metáfora. Assim, reconhece-se que os temas relativos ao Bloco passam por constantes reduções,

que vulgarizam os fatos e facilitam absorções incompletas, com dramatização e metáforas cooperando na deformação de conteúdo. Não mais exemplos das estratégias são apontadas na análise pelo diminuto espaço que as notícias reservam ao texto jornalístico, em muito sobressaindo transcrições diretas de documentos ou falas oficiais.

Se o jornalismo opera na construção social da realidade, é necessário que fomente uma consciência e uma identidade latino-americana soberana, que ao mesmo tempo que valorize as preciosas diferenças entre os países do subcontinente faça realçar as semelhanças entre estes seus. O jornalismo é uma instituição indispensável no fomento da visibilidade e no reconhecimento do Mercosul como coisa pública regional.

Torna-se possível inferir que o apagamento do Mercosul na mídia é parte de um apagamento mais vasto, o da América Latina, resultado de processo histórico de desconhecimento das informações sobre o “Terceiro Mundo”, e que as novas tecnologias, com os portais *online*, não acarretam mudanças a este quadro. Abre-se margem para um aprofundamento no que se refere a postura de governos brasileiros anteriores ao de Jair Bolsonaro no que toca ao Bloco, uma vez estes foram parte de um arranjo conjuntural latino-americana diferente. Da mesma forma, a pesquisa seria enriquecida se contemplasse também uma análise em comparação com a narrativa sobre o Bloco em outros países que o compõem, a partir do estudo de seus principais portais de notícias.

## NOTAS

<sup>1</sup> Por mais que desde novembro de 2019 o presidente da república se mantenha sem partido, foi pelo Partido Social Liberal (PSL) que o mesmo foi eleito em outubro de 2018. No Brasil é vedado concorrer a qualquer cargo de governo de forma espontânea, sem filiação partidária.

<sup>2</sup> É essa personalidade que possibilita ao Bloco, frente ao Direito Internacional, estabelecer relações com outros blocos econômicos, países e/ou organizações internacionais.

<sup>3</sup> O Protocolo de Ushuaia é um acordo assinado em 1998 pelos quatro Estados Parte do Mercosul (Argentina, Brasil, Uruguai e Paraguai) mais dois Estados Associados (Bolívia e Chile) reafirmando o compromisso da vigência das instituições democráticas por parte dos países membros.

<sup>4</sup> Resumidamente, entendemos por organismos intergovernamentais aqueles que surgem da junção de Estados soberanos para, a partir de tratados, estreitarem laços de cooperação e desenvolvimento. São menos integrados que os organismos supranacionais.

<sup>5</sup> Dados retirados do endereço eletrônico oficial do Mercosul mantido pelo

governo brasileiro. Disponível em: <http://www.mercosul.gov.br>. [consultado em 10 de janeiro de 2021].

<sup>6</sup> O subimperialismo é uma categoria formulada no seio da Teoria Marxista da Dependência que indica um “imperialismo de segundo grau”, com avanço e o controle brasileiro para exploração de mercados de outros países latino-americanos, com prioridade para relações com os Estados Unidos e a Europa.

<sup>7</sup> Apreendemos práxis como atividade histórica e social de caráter teórico-prático, que produz a unidade entre homem e mundo e se concretiza nos mais diversos produtos. Atualizada na teoria freudiana é necessária a compreensão desta não como estanque e exânime do real e do inconsciente, mas em sua amplitude em tempo e espaço contextualizados, com potencialidade para transformações.

<sup>8</sup> Exemplo, a indústria cinematográfica hollywoodiana, vinculada a noção de “imperialismo cultural”, é notável no papel de construção de valores sobre espaços no imaginário social.

<sup>9</sup> A ideia de Terceiro Mundo surgiu no contexto da Guerra Fria, a fim de descrever os países que não se posicionaram ao conflito Estados Unidos da América x União Soviética. Em geral é atrelado também para representar os países ditos subdesenvolvidos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, L. 1996. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto.

AMOSSY, Ruth. 2018. *A argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto.

BATISTA, J. 2017. O lugar da notícia nos processos regionais de integração: os enquadramentos dos jornais de referência sobre as Cúpulas de Chefes de Estado do Mercosul. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

BRETON, P. 1998. *A argumentação na comunicação*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

BOURDIEU, P. 1989. *O poder simbólico*. Lisboa: Difusão Editorial.

CHARAUDEAU, P. 2019. *Discurso das mídias*. 2 ed. São Paulo: Contexto.

COOK, T. 2011. O jornalismo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 6, pp. 203-247. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-33522011000200009> [consultado em 10 de janeiro de 2021].

GENRO FILHO, A. 1987. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de



Santa Catarina, Florianópolis.

MOTTA, L. G. 2013. *Análise crítica da narrativa*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.

RIBEIRO, E. 2018. *Mercosul: sobre democracia e instituições*. 2 ed. Brasília: UniCEUB.

SANTOS, R. 2014. A revitalização do Mercosul no contexto da diplomacia de Lula para a América do Sul. *Revista Polis*, v. 13, n. 39, pp. 1-16. Disponível em: <https://journals.openedition.org/polis/10419> [consultado em 19 de maio de 2020].

SORATO, D. 2019. *Análise de política externa brasileira: a continuidade dos governos Temer e Bolsonaro*. Monografia (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Federal do Amapá, Macapá.

STEINBERGER, M. 2005. *Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: EDUC; Fapesp; Cortez.

VERÓN, E. 1980. *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix.

ZAMIN, A. 2010. América Latina na imprensa: uma análise a partir de textos acadêmicos brasileiros do período 1980-2005. *Estudos de Comunicação*, v. 1, n. 7, pp. 219-234. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/zamin-america.pdf>. [Consultado em 25 de dezembro de 2020].