



Antevasin: correspondentes internacionais entre fronteiras¹

Gianluca Salvador Simi²
Ada Cristina Machado da Silveira³

Universidade Federal de Santa Maria

Resumo

Os sistemas globais de mídia estruturam sua cobertura sobre acontecimentos por eles considerados relevantes para a realidade de origem de suas respectivas organizações. Pretendemos, com este artigo, mapear as influências sobre a ocupação do correspondente internacional e delinear a dentro dos contextos do jornalismo internacional e dos sistemas globais de mídia. Para tal, partimos da hipótese de que os correspondentes influenciam na construção do mundo através de suas narrativas, as quais são multisituadas e cujas reportagens informam sobre um lugar para pessoas que vivem em outros lugares. No entanto, a perspectiva Ocidental da atuação do correspondente internacional acaba determinando o que é notícia e o porquê de sê-la.

Palavras-chave

Sistemas globais de mídia; jornalismo internacional; correspondentes internacionais

Mídia e construção do mundo

Protestos na Grécia e na Espanha, terremotos na Indonésia, crise econômica e política nos Estados Unidos. É improvável que, de uma análise profunda, não encontremos conexões entre esses fenômenos e o nosso cotidiano local. Caber-nos-ia talvez falar da globalização, mas parece-nos que o termo já se tornou banal e quase exclusivo ao fortalecimento das relações de mercado. Tampouco, no entanto, podemos abandoná-lo se lhe conferirmos um sentido mais amplo⁴, o de cruzamento de realidades e de aproximação simbólica de lugares antes distantes.

Para investigarmos essa amplitude do encolhimento global, deve ser creditada à mídia alguma responsabilidade sobre o mundo que *construímos*? Pois ele sempre esteve por aí - mesmo que aparentemente longe, mitificado, vasto. Agora, temos acesso a ele em imagens, sons e palavras - mais próximo, mais inteligível, de dimensões mais facilmente digeríveis. E é, em especial, a mídia que nos faz as pontes entre 'lá e cá'.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de graduação de Comunicação Social - Hab.: Jornalismo na UFSM. E-mail: gianllucasimi@gmail.com.

³ Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM. E-mail: adac.machadosilveira@gmail.com.

⁴ O termo em francês *mondialisation* parece suprir esse sentido mais amplo.



Perguntamo-nos, portanto, “qual é o papel do fluxo de notícias à longa distância em nos aproximar - ou nos distanciar - do mundo”⁵ (HANNERZ, 2004, p. 17)?

Basicamente nos indagamos se a mídia e, especificamente, o que consumimos como notícias internacionais influenciam a maneira como vemos o mundo. “Elas contribuem para nossa criação do mundo, para a construção da realidade e de sentido” (VAN GINNEKEN, 1998, p. 190)? De que maneiras a produção midiática internacional influencia a percepção que temos do mundo e da realidade?

Começemos pela palavra: mídia (grafia brasileira do inglês *media*) é o plural do latim *medium*, que significa ‘meio’. Logo, ela medeia: informação, conhecimento, experiências. Assim, “nossas noções do que é 'real' não vêm diretamente da realidade em si, mas são *mediadas* [grifo nosso] pelas maneiras pelas quais nós construímos e 'testamos' noções do que há de ser considerado 'real'” (VAN GINNEKEN, 1998, pp. 17-18). Não vivenciamos individualmente tudo aquilo que sabemos do mundo, mas nosso aparente conhecimento sobre ele é mediado, principalmente, pelo trabalho e pelas práticas produtivas dos jornalistas e, particularmente, dos correspondentes internacionais.

As nossas percepções acerca do mundo são, portanto, (re)construídas por vários elos que não o da nossa própria experiência. Hoje, “nós experienciamos o mundo através das lentes da ciência, da educação e da mídia [e] essa visão de mundo é constantemente fomentada pela mídia” (VAN GINNEKEN, 1998, 15-16 pp.) Essa mediação, entretanto, não é, de forma alguma, nem objetiva e nem livre de amarras ideológicas. Cada elo desse processo está localizado e contextualizado e sua mediação “inevitavelmente nos leva a uma articulação seletiva de certos aspectos da realidade, a uma certa ênfase e organização de nossas visões da realidade” (VAN GINNEKEN, 1998, p. 16). E essa articulação provém do contexto em que nos inserimos - donde viemos, nossos valores, nossa história, bem como do contexto dos jornalistas que produzem as notícias.

Afirmamos, pois, que, na impossibilidade da mera reflexão do real, as nossas convicções prévias mais brutas transparecem *através* da mídia. As notícias internacionais tentam facilitar a deglutição de algo tão grande e complexo como o mundo inteiro (!), reduzindo-o a dicotomias entre o bem e o mal, o preto e o branco etc., pois “o processo de mediação implicitamente usa nosso próprio estilo de vida e nossos

⁵ Por questões de espaço, incluímos as traduções sugeridas das citações em línguas estrangeiras.



próprios valores contra os quais medir o estilo de vida e os valores de outros" (VAN GINNEKEN, 1998 p. 16). Van Ginneken cita ainda processos de ‘padronização’ e ‘desorganização’, ‘normalização’ e ‘alienação’ nos entremeios do processo midiático através do qual representamos e construímos o mundo. Imperam, portanto, as definições pré-estabelecidas e simplistas sobre outros povos e países. Assim, o mundo se torna uma mera extensão de como já o enxergávamos pelas lentes da nossa posição cultural, sem que ao menos tentemos nos propor um deslocamento cognitivo a fim de *reconhecer* a existência de outros conjuntos de valores e práticas. Supomos, então, que a própria maneira como a mídia achata tudo aquilo que não é ‘caseiro’ demonstra que “a atitude psicológica e a tendência política predominante é de barricadas defensivas, desconfiança acirrada do Outro e recolhimento patológico sobre si” (ELHAJJI, 2006, p. 4).

Na angústia de organizar e normalizar o mundo, acabamos padronizando e alienando pessoas e lugares, dividindo tudo entre ‘nós’ e ‘eles’, sendo que o ‘nós’ "está implicitamente or tacitamente mobilizado em oposição ao ‘eles’" (ALLAN, 2010b, p. 196). Caímos, principalmente, na redução de questões incrivelmente complexas e inter-relacionadas àquelas, por exemplo, “relacionadas à ‘nação’” (ALLAN, 2010b, p. 196). À medida que representamos e vemos o mundo através da mídia, como definimos, no entanto, aquilo que deve ser reportado? Como definimos o que é notícia daquilo que vem ‘de fora’?

Algo só é notícia dentro de uma sociedade específica e a partir de uma perspectiva extremamente localizada. O novo é "(percebido como) inesperado, extraordinário, anormal" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 31). Produzimos e consumimos notícias que não o são, portanto, em si, mas percebidas como tais dentro de certos parâmetros culturais já postos, os quais se referem principalmente àquilo que parece diferente e não ao que pode ser semelhante. O noticiário internacional, conseqüentemente, aparta os vários mundos possíveis por meio de uma segregação binomial entre o ‘aqui’ e o ‘lá’ como se fosse possível definir todo o resto do mundo como aquilo que ‘não somos e não pensamos’.

Somos continuamente alertados por metanarrativas da mídia sobre seu trabalho supostamente ‘objetivo’ e ‘neutro’ - dois mitos fundadores do jornalismo. Mitos que, repetidos à exaustão, comumente nos impossibilitam de notar que eles são, de fato, "nada mais do que um aparelho mais ou menos pragmático para fazer uma distinção entre aqueles aspectos limitados dos relatos de observação com que um sente que os



grupos relevantes de sujeitos podem facilmente concordar" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 43). Dizemos ser neutro e objetivo, logo, o que não destoa, não discorda e nem se desvia do que um grupo específico encara como obviamente consensual.

Para se qualificar algo como neutro e objetivo, talha-se a realidade em pedaços que condigam com certos valores. A mídia faz esse recorte através de “news frames” (ALLAN, 2010, p. 75) - pequenos enquadramentos taticamente soltos de suas trajetórias processuais que, assim como foram determinados em certo contexto, também serão interpretados dentro do mesmo. Isto é, os fatos noticiados são estabelecidos e interpretados através das mesmas lentes que determinam o que já foi *naturalizado* para um determinado grupo.

A predominância do ‘estranho’ no noticiário internacional nos leva a concluir que a mídia e, especificamente, a mídia ocidental não se preocupa deveras em entender o mundo em sua pluralidade. "Ela não simplesmente procura informação sobre eventos não-Ocidentais mas também procura apoiar sua própria identidade ocidental" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 195). Parece que se está, na verdade, à procura de autoafirmação ao passo em que se demoniza o que parece diferente. Portanto, do sentido em que a globalização aproxima lugares e pessoas, estamos, pois, a ser afastados do cosmopolitismo de que falava Hannerz, aquele "de uma concepção mais cultural e experiencial, referindo-se a uma consciência e a um apreço dos modos de pensar, estilos de vida e produtos humanos e do desenvolvimento das habilidades de lidar com tal diversidade" (HANNERZ, 2004, p. 21).

As nossas reflexões sobre como a mídia constrói o mundo, porém, talvez nos ajudem a entender o porquê de "informação sobre o cotidiano em outros países é pouco representado, já que ele implicitamente desafia a presunção da própria cultura" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 195). Ao recortarmos o mundo em pedaços que nos sejam compreensíveis, construímos um mundo que só faz reforçar aquilo que já pensamos dele.

Sistemas globais de mídia

Alguns países aparecem mais do que outros na mídia, são mais noticiados e se tornam aparentemente mais importantes para a nossa compreensão do mundo. De relance, vemos também que grande parte dos programas de televisão fechada, por exemplo, a que assistimos no Brasil, não foram feitos aqui, mas vêm



predominantemente da América do Norte e, em menor parte, da Europa Ocidental. Esse domínio do Ocidente e do Norte (ver HANNERZ, 2004, p. 42) passa, muitas vezes, despercebido, pois pode já ter se naturalizado no nosso cotidiano. Num cenário geopolítico, no entanto, como se estrutura esta dominação dos sistemas globais de mídia?

Para Van Ginneken, há uma regra simples: "os grupos midiáticos mais fortes têm suas sedes naqueles mercados que não somente são os maiores em sua categoria mas também os mais ricos" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 47). Ele fala especificamente do tal G-7, composto por: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Alemanha, Itália e Japão. Pode ser que a lista tenha mudado um pouco, alargando-se cá e lá, mas o domínio da produção e da exportação midiáticas no mundo continua sendo de países ocidentais. Podemos, aliás, estimar que o fluxo de informações seja "no mínimo cem vezes mais na direção dos países industrializados para aqueles em desenvolvimento do que o contrário" (FREDERICK, 1993, p. 128 *apud* VAN GINNEKEN, 1998, p. 139). Isso significa que um pequeno grupo de países é a fonte majoritária de informação para o resto do mundo e, que, nesse fluxo parcial, imperam os valores e perspectivas dessas mesmas fontes.

A ilustrar, de acordo com Fuchs, dentre as maiores empresas de telecomunicação na Europa, 0,09% são consideradas grandes empresas (com mais de 250 empregados) enquanto representam 91,7% de toda a renda do setor. Similarmente, nos Estados Unidos, 0,9% são grandes empresas, que representam 88% da renda (FUCHS, 2010, p. 37). Ademais, ele ainda cita que, dentre as maiores empresas do mundo de acordo com a revista *Forbes*, em 2008, "o terceiro setor foi o setor de informação (4,63%)" (FUCHS, 2010, p. 40). Ao cruzarmos esses dados com o domínio do fluxo de informações pelos países centrais do capitalismo, fica evidente que a mídia se tornou basicamente um segmento de mercado, sujeito às suas variações e leis e, logo, os produtos midiáticos que consumimos desses países estão completamente inseridos numa lógica que Herbert Schiller chama de "transnational corporate cultural domination" (SCHILLER, 1991/2006, p. 297 *apud* FUCHS, 2010, p. 43). A mídia e o fluxo de informações que ela gera e que influencia - se não determina - a maneira como enxergamos o mundo e a ele nos conectamos estão a serviço das manobras do capital e do lucro de alguns poucos mercados nacionais.

Esse cenário não é recente, mas faz parte de um processo histórico. "As primeiras agências de notícias internacionais funcionaram como monopólios traçados a partir de



fronteiras nacionais. O jornalismo internacional é uma expressão intelectual do capitalismo, enquanto um gênero empresarial" (MONTEROS, 1998, p. 418). Alguns poucos países têm dominado o fluxo de informação no mundo, tendo sido as fontes primárias de informação sobre ele. As próprias agências internacionais de notícia são um exemplo disso: as três maiores do mundo, Agence France-Presse, Associated Press e Reuters, foram criadas em países ricos e de força geopolítica incomensurável, a saber: França, Estados Unidos e Reino Unido, respectivamente. Como o noticiário internacional ainda se baseia nos despachos das agências internacionais (ver GINNEKEN, 1998; HANNERZ, 2004 e SILVA, 2011), esse monopólio franco-anglo-estadunidense⁶ não se dá só quanto à origem geográfica, mas também quanto à influência que as culturais desses locais têm sobre a representação e a interpretação do mundo. São as culturas desses países que irão determinar as 'news frames' pelas quais construiremos nossas percepções sobre o mundo e, possivelmente, sobre nós mesmos. São os valores dominantes nos países centrais do capitalismo - que são os mesmos centrais da produção midiática - os quais serão dispersados e consumidos pela maioria das pessoas por todo o mundo.

Desde a sua origem, as agências internacionais "vieram de e, primeiramente, atenderam o mundo financeiro" (VAN GINNEKEN, 1998, pp. 44-45). Os três grandes clientes delas são: "o mundo de negócios em países desenvolvidos", "associações de imprensa nacionais e/ou redes de jornais" e "administradores nacionais de certos países desenvolvidos" (VAN GINNEKEN, 1998, pp. 44-45). Isto é, as agências surgiram com o propósito básico de atender o capitalismo em seus empreendimentos e expansão globais e acabaram também abastecendo veículos de outros países assim como muito governos. Nem o assunto nem o cliente ideal das agências é, portanto, a pessoa comum, o cidadão. Como nota Van Ginneken, "a maior parte das notícias globais é produto de tais mecanismos de acesso mútuo: o fácil acesso de fontes de elite à elite midiática e o fácil acesso da elite midiática a fontes de elite" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 91). Uma elite política e econômica, nesse caso, determina o que será produzido por uma elite midiática, ao mesmo tempo em que a subsidia. Para que isso aconteça, no entanto, as organizações de mídia precisam conquistar e fidelizar seus clientes, não podendo a eles se opor de qualquer maneira. Elas precisam, desta forma, selecionar aspectos da realidade com os quais o maior número de clientes possa concordar, ou seja, devem

⁶ A Reuters agora pertence a um grupo estadunidense.



definir como notícia aquilo que não desdiga nem contradiga o que seus clientes já pensam. Logo, "objetividade é puramente uma ferramenta econômica" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 43).

Por outro lado, como se comporta a mídia dos países aonde esse fluxo massivo de informação carregada de valores ocidentais se destina? Primeiramente, devemos notar que o arranjo de produção, distribuição e consumo midiático internacional é claramente baseado em "uma estrutura de relações centro-periferia" (HANNERZ, 2004, p. 42). Logo, os países para onde a informação é exportada são também os países tratados com condescendência (ou desprezo) pelo centro - são os países pobres, fracos, inexpressivos no cenário capitalista internacional. Na lista, consta a maioria dos Estados e da população mundial, mas vemos, de pronto, o rebaixamento de duas áreas em especial. Ambas, África e América Latina, são incrivelmente subjugadas dentro do sistema político-econômico mundial, o que, conseqüentemente, leva-as a serem, muitas vezes, também subjugadas culturalmente, tornando-se meras consumidoras de notícias que vêm de fora. Destaca-se, ainda, a pobre cobertura internacional dada aos países dessas regiões. Hannerz diz que, na América Latina, depois da queda de muitos ditadores extravagantes, o interesse mundial pela região caiu (HANNERZ, 2004, p.53). Van Ginneken comenta que é provável que, por exemplo, grande parte do continente africano tenha, proporcionalmente, menos correspondentes do que uma única grande cidade europeia, como Londres ou Paris (VAN GINNEKEN, 1998, pp. 128-129).

Apesar de que se pudesse esperar um contra-fluxo midiático provindo dessas regiões subrepresentadas, o que podemos perceber é que, de fato:

Muita da nova mídia (por exemplo, audiovisual) em países em desenvolvimento [sic] parecem, dessa forma, promover os valores de países desenvolvidos [sic], isto é, aderência individual à sociedade de consumo e aos objetivos de ascensão social. Não raro, críticos adicionam, isso não é só prejudicial ao processo de desenvolvimento nacional mas também promove maior migração internacional: de um lado, de profissionais bem educados (a exportação de cérebros) e, de outro, de trabalhadores despreparados que, então, formam uma classe étnica do Sul dentro das grandes aglomerações do Norte ('o Quarto Mundo'). (VAN GINNEKEN, 1998 pp. 57-58)

Em vez de uma resposta que vise a equilibrar os fluxos de informação, parece, todavia, que muitas organizações nacionais acabam reforçando e promovendo os valores advindos dos países centrais do capitalismo. No lugar de um contra-fluxo, portanto, há uma aceitação daqueles valores até, talvez, uma veneração de perspectivas



da América do Norte e da Europa Ocidental. Podemos vê-lo, por exemplo, quando o ex-correspondente brasileiro Carlos Eduardo Lins da Silva escreve que:

O correspondente do *New York Times* no Brasil é mais importante que o da *Folha* nos EUA. Mas o de um jornal importante brasileiro na Argentina pode estar em nível similar ou até superior ao do correspondente da agência de notícias de um veículo americano [sic] ou europeu. (SILVA, 2006, p. 91)

Para ele, basicamente, os Estados Unidos estão acima do Brasil, assim como este está acima da Argentina. O seu exemplo tem a ver com o contexto específico dos correspondentes internacionais (de que trataremos adiante), mas já ilustra perfeitamente a assimilação de posições de inferioridade como intrínsecas a um país ou outro. Ou seja, Lins recria para a mídia uma hierarquia típica da estrutura político-econômica das relações internacionais, em que existem mercados mais ou menos importantes. Isso nos deixa a impressão de que, a não ser que um país seja rico e poderoso, nada potencialmente digno de ser noticiado possa acontecer.

Paralelamente à assimilação de valores de países centrais do capitalismo, há a articulação de uma lógica pela qual qualquer país que seja diferente do modelo predominante no Ocidente e no Norte seja, na verdade, um país problemático. O senso-comum reproduzido através da mídia é o de que "a integração incondicional de países periféricos ao sistema mundial dominado pelo Ocidente é apresentado como a única escolha legítima" (VAN GINNEKEN, 1998, pp.125-126). Qualquer desafio a esse consenso com as grandes linhas políticas ocidentais é encarado "como um sinal de que o país ou seu líder é incivilizado, autoritário, obscurantista, tradicionalista, extremista" (VAN GINNEKEN, 1998, pp.125-126). Há pouca ou nenhuma atenção aos processos históricos - principalmente os de exploração - que possam ter contribuído à recusa de certos padrões ocidentais.

De qualquer maneira, temos de investigar e investir em "o papel de novas formas de mídia na reconfiguração da geometria do poder comunicacional" (ALLAN, 2010b, p. 206). A evolução das tecnologias tem aumentado consideravelmente o escopo de ação de povos antes olvidados pelos sistemas globais de mídia. "Abordagens alternativas - desde a Al-Jazeera até blogues cidadãos - têm mostrado possuir o potencial de evidenciar os estreitos parâmetros ideológicos dentro dos quais a mídia noticiosa hegemônica tipicamente trabalha" (ALLAN, 2010b, p. 217). Nunca tivemos um cenário tão favorável ao surgimento de alternativas ao rígido domínio de poucos países sobre os fluxos de informação (de comunicação, de conhecimento etc.). Talvez o



nosso grande problema sejam os discursos que, eufemisticamente, tratem o domínio como natural e imutável. Apesar de incipiente, no entanto, à medida que tentamos estabelecer contra-fluxos midiáticos globais, devemos sempre nos lembrar de que "para ser de veras livre, os fluxos de informação devem ser de mão dupla, não simplesmente numa direção" (MACBRIDE, 1980, p. 142 *apud* HANNERZ, 2004, pp. 40-41).

Jornalismo internacional

O que se passou a chamar de jornalismo internacional é a expressão cotidiana do nosso consumo midiático, pensado a partir de nossas reflexões sobre a mídia e construção do mundo e sobre a geopolítica do campo. Porém, de que se trata um jornalismo que se vê ou é visto como internacional?

A definição mais tácita é a de que é o jornalismo que lida com notícias de fora do país, notícias 'do estrangeiro'. Refinaríamos ainda a definição para o jornalismo que se dá entre as nações (estas vistas, com certa relutância de nossa parte, como equivalentes aos Estados). No entanto, o ponto-chave para a compreensão do jornalismo internacional, de um ponto de vista brasileiro e latino-americano, é que:

Publicar notícias sobre outros países sempre foi associado a prestígio para o veículo jornalístico que as divulgasse, especialmente nas Américas [sic], onde manter ligação com a metrópole nos tempos da colonização ou com a Europa depois das independências foi, por muito tempo, sinal de sofisticação de espírito e de importância política. (SILVA, 2006, p. 25)

Informar-se sobre aquilo que se passa além das nossas fronteiras tem sido esteticamente ligado a uma alteza intelectual, a uma diferenciação entre a selvajaria colonial e a civilidade metropolitana. Arriscamos dizer que essa ideia prevalece até hoje - não da mesma forma, explícita, mas subtextualmente. O mesmo Silva conta que os editores de internacional no Brasil simplesmente indagam a seus correspondentes "como é que é aí?" a fim de se "possibilitar ao público a comparação com o que se faz na mesma área num país mais desenvolvido" (SILVA, 2011, p. 111). Os resultados de adoração das metrópoles em tempos coloniais e de comparação com países 'mais desenvolvidos' não nos parecem ser, de forma alguma, diferentes. Além de engrandecer o que vem de fora, ainda cimentam a divisão do mundo entre Estados, como se, só para dentro deles, existisse um determinado conjunto de valores, práticas e símbolos - isolados, autóctones. O jornalismo internacional é, em geral, viciado em fronteiras, em



divisões políticas, enquanto o jornalismo internacional brasileiro, ainda por cima, também se baseia na bajulação do estrangeiro, ou melhor, de um certo tipo de estrangeiro.

A rotina de produção do jornalismo internacional está, portanto, intimamente ligada ao contexto cultural em que ela se insere. Mas, como nota Van Ginneken, "muitos preferem se ver como supra-culturais, como uma *freischwebende Intelligenz*, uma *intelligentsia* flutuante e socialmente desapegada, um tipo de estrato social intersticial relativamente livre de interesses ou *parti pris*" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 65). Os jornalistas se enxergam, pois, como intelectuais desamarrados, de visão privilegiada sobre o mundo. Retomando, daqui, nossa discussão sobre mídia e nossas ideias do mundo, isso nos leva a propor que os jornalistas, no mínimo, iludem-se por enxergarem-se como favorecidos e *são* iludidos ao consumirem informações sobre o mundo que eles próprios não experienciaram, mas que tomam por preciso e lógico. Assim como qualquer trabalhador, os jornalistas estão inseridos numa subcultura profissional, em que "os laços burocráticos da rede de eventos noticiosos são trançados juntos a fim de enquadrar tipos preferidos de ocorrências como 'eventos noticiosos' enquanto garantem que outros escapem despercebidos" (ALLAN, 2010a, p. 79). Ou seja, os jornalistas *não* são mais livres do que qualquer outro trabalhador - pelo contrário, estão talvez ainda mais encarcerados dentro de uma tessitura organizacional que, de pronto, dita-lhes as coordenadas pelas quais deverão construir o mundo para seus leitores (espectadores, ouvintes etc.).

Parte dessa tessitura se deve ao desenvolvimento do jornalismo internacional, que, como vimos a exemplo das agências internacionais, também surgiu a partir de necessidades do mercado. "O jornalismo internacional é um fenômeno da atividade intelectual e econômica que data do segundo quarto do século XIX. Sua história está ligada ao desenvolvimento da escrita, da imprensa, da indústria editorial, das tecnologias de comunicação e transporte" (MONTEROS, 1998, p. 416). Ele surge, portanto, da necessidade de se saber sobre o andamento dos mercados além-mar, de possíveis querelas e distúrbios e, ademais, quedar-se inteirado sobre novos mercados em potencial.

Para tanto, o jornalismo internacional - ou melhor, *esse* jornalismo internacional, a serviço da economia capitalista, estabelece certas práticas de produção, mascara-as com os discursos de que 'é assim que se faz'. Naturalizam-se as reentrâncias no jornalismo internacional pelas quais certos valores e perspectivas específicos e unilaterais vêm a



furo e, de certa forma, isso acaba reduzindo a profissão a sua instância mais brutal e sufocante. Parece que a regra geral do jornalismo internacional é selecionar fragmentos aleatórios de um mundo de eventos que, em algum momento, refiram-se ao país onde a notícia será consumida. Fragmentos que não causem qualquer tipo de ameaça à estabilidade nacional nem provoquem autocritica. Ou seja, “o quanto mais distante um fonte em potencial está do consenso político, menos provável será que sua voz ganhe acesso à mídia” (ALLAN, 2010a, p. 83). Quanto mais parecer, através do noticiário internacional, que o mundo mantém uma continuidade, uma coerência entre ‘aquilo que somos, pensamos, em quem confiamos e de quem somos amigos’, mais nos iludimos satisfatoriamente sobre tal organização lógica das coisas e mais nos afastamos do ‘caos’ que, de fato, é o mundo. Em seguida, projetamos o ‘caos’ e a desordem sobre a alteridade, a diferença, a diversidade e, impelidos pelo medo e pela ignorância, num tiro de culatra, afastamo-nos de um possível encantamento com a vastidão do mundo.

Os correspondentes internacionais

Finalmente chegamos àqueles que, parece-nos, são os átomos da mídia internacional: os correspondentes internacionais. São eles que se deslocam pelo mundo e dele reportam para seus públicos a fim de construir um mundo ou, ao menos, de reconstruí-lo de acordo com certas condições culturais e produtivas.

Adotamos a seguinte definição de correspondente internacional, proposta por Hannerz:

Eu tomo o grupo central de correspondentes internacionais como aqueles indivíduos que estão postos em outros países que não o de origem a fim de reportar sobre eventos e características da área de trabalho através de mídia noticiosa sediada em alhures (HANNERZ, 2004, p. 5)

Logo, correspondentes internacionais são aqueles jornalistas que trabalham para uma organização sediada num lugar diferente daquele desde o qual reporta. E, no âmbito maior do jornalismo, os correspondentes também se estruturam sob o que podemos chamar de uma “cultura dos correspondentes internacionais” (SILVA, 2011, p. 82), isto é, mesmo que tal apropriação do termo cultura seja

arbitrária[...]ela assume particularidades distintas em cada país e cada época, que nenhum indivíduo a incorpora completamente e que muitos agem de modo que se distancia dela. Mas, de qualquer modo, há um ‘estado de mente’ que uma pessoa



deve ter para se propor a exercer essa ocupação e que mais ou menos orienta seu processo de tomada de decisões enquanto ela está em atividade. (SILVA, 2011, p. 82)

Os correspondentes internacionais trabalham sob condições bastante específicas à sua ocupação: estão longe de seus editores, numa realidade diferente daquela de sua organização, lidam com dificuldades burocráticas, linguísticas etc. Todavia, a troco dessas condições, o que fazem os correspondentes? Qual o seu papel no jornalismo internacional?

Em sua etnografia dos correspondentes internacionais, o antropólogo Ulf Hannerz entrevistou 117 profissionais sobre suas carreiras. Um deles, Thomas Friedman, sintetiza o seu trabalho da seguinte maneira: "Você precisa fazer duas coisas ao mesmo tempo[...]olhar para o mundo através de uma perspectiva multidimensional, 'multi-lentes' e, ao mesmo tempo, transmitir a complexidade aos leitores através de histórias simples, não grande teorias" (HANNERZ, 2004, p. 204).

O correspondente internacional ideal, de acordo com eles próprios na pesquisa de Hannerz, "tem um olhar fresco para as peculiaridades do foco editorial - um 'sense of wander'⁷" (HANNERZ, 2004, p. 85). Quando mesmo, podemos sugerir que esse 'sense of wander' não suprime o fato de que eles não desempenham sua função de maneira neutra, pois trazem consigo uma história de envolvimento com suas próprias culturas e suas próprias visões de mundo, ou seja, "aquilo que foi trazido de casa não foi só aquela perspectiva fresca, o 'sense of wander', mas uma certa bagagem de ideias mais específica" (HANNERZ, 2004, p. 136).

A 'cultura dos correspondentes internacionais' supõe, também, que eles devam não só apreender do lugar *em* que vivem, mas devem se manter atentos à realidade do público *para* o qual reportam. O rotina de produção da correspondência internacional serve para evitar que o jornalista "gradualmente perca a perspectiva do país-sede, adote aquela do país anfitrião, venha a se identificar demais com ela e se torne talvez complacente ou sujeito a pressão" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 133). Não faz parte dos objetivos das organizações de mídia que, ainda hoje, mantêm correspondentes, portanto, proporcionar-lhes uma experiência profunda e significativa com a realidade de onde reportam justamente para que eles não percam de vista que o seu trabalho deve contemplar a perspectiva de mundo que o país a consumir suas matérias já tem, ou seja, para que não destoem, em grande parte, do senso-comum nacional.

⁷ Algo como 'senso de vagação'.



Nesse sentido, a exposição a “dissonant cognitions”⁸ - diferentes maneiras de pensar e viver - "leva ou a um tipo de rejeição da informação ou ao realinhamento de outras ideias e ações, até que o equilíbrio e a consonância sejam restaurados" (VAN GINNEKEN, 1998, p. 196). Porém, a rotina de produção à qual os correspondentes estão submetidos favorece a manutenção da ‘cognição’ estabelecida e não a uma situação de crítica imanente e rearranjo das ‘lentes’ pelas quais os correspondentes relatam sobre o lugar em que vivem e trabalham.

Uma das características dessa rotina é demandar dos correspondentes, dedicação exclusiva e constante produção. A troca de tal, o correspondente pode passar por um processo chamado "tornar-se rançoso", isto é, "perder a curiosidade e o senso do que é noticiável num lugar" (HANNERZ, 2004, p. 99). Ademais, como Hannerz segue explicando, "o contínuo estresse psicológico de compilar notícias e de escrever num ritmo acelerado, num cenário em que as coisas não param de acontecer, pode esgotar uma pessoa" (HANNERZ, 2004, p. 99).

Do ponto de vista daqueles que exercem a função, pois, por que alguém se torna um correspondente? O senso-comum, como argumentam Hannerz (2004) e Silva (2011), fomenta um imaginário glamoroso em torno dos correspondentes, como se eles vivessem rodeados de pessoas de alto escalão diplomático e político, a frequentar eventos exclusivos, numa vida que, em nada, assemelhe-se à dureza de uma redação comum. De encontro a essa ideia, Silva comenta que:

Suspeito que muitos resolvam ser correspondentes internacionais para fugir de problemas familiares ou emocionais cujas causas atribuem a seu país natal[...]Há de haver quem tente encontrar na correspondência estrangeira um estilo de vida capaz de preencher os hábitos de intensa variedade de lugares e interesses que adquiriu numa infância e adolescência ricas de experiências. O oposto também pode ser verdadeiro: procurar um tipo de rotina diferente da vida pequena, monótona e aborrecida que teve na juventude. (SILVA, 2006, p. 96)

Em tese, portanto, podemos também supor que quem se torna um correspondente internacional tem aptidão a ser desatino, sem certeza de que se quedará no mesmo lugar por muito tempo; logo, uma afeição pela(s) estrada(s) é mister. Os caminhos que levam até lá, no entanto, podem diferir: enquanto na maioria dos países ocidentais, tornar-se um correspondente é uma recompensa por serviços coniventes com a cultura organizacional vigente (ver HANNERZ, 2004), no Brasil, além do caráter de recompensa, a correspondência também é usada como punição, em que os jornalistas

⁸ Algo como ‘cognições destoantes’.



que destoam ideologicamente na redação são enviados para longe a fim de evitar confrontos diretos (ver SILVA, 2011).

Recentemente, tem-se falado muito que a correspondência internacional está a se extinguir pelo advento das tecnologias de comunicação, que permitem ao cidadão comum servir de fonte direta, e pelos custos altíssimos de se manter um profissional num outro país. Longe dos discursos tautológicos através dos quais se defende que, hoje, os correspondentes são mais necessários do que antes dados o volume e a velocidade de informações (SILVA, 2011, p. 170), cremos que, em vez de se reforçar a atuação passada pela pura estética da sobrevivência, devemos desconstruir a correspondência internacional. Desconstruí-la significa expô-la à pura crítica, à investigação, ao questionamento para que, de fato, em tempos de mudança, tenhamos também a possibilidade de reedificar a correspondência em acordo com sua essência e com as reais potencialidades do jornalismo internacional.

Alguns desdobramentos já estão propostos. Um deles, o mais evidente, relaciona-se com a *matéria* dos correspondentes internacionais, isto é, aquilo que produzem, que escrevem, que publicam para seus públicos. Hannerz propõe que:

Talvez haja mais interesse em histórias sobre questões ambientais, culturais e científicas e talvez pessoas hábeis nesses campos sejam mais procuradas. Isso pode ser verdade em outros tipos de correspondência internacional, mais regionais - o que se encaixaria no argumento de que as reportagens devem ser sobre 'sociedades e não só Estados'. (HANNERZ, 2004, p. 204)

Os correspondentes, logo, viriam a trabalhar a fim de aproximar povos e culturas, criar pontes entre eles, balanceando sua produção em relação aos relatos meramente fundamentados no Estado-nação.

Considerações finais: o antevasin entre fronteiras

Por fim, cremos que, apesar de haver “dificuldades sistêmicas no trabalho do correspondente internacional” (SILVA, 2011, p. 167) e apesar de termos constatado, ao longo de nossas reflexões, que seja “plausível a tese de que as características intrínsecas ao jornalismo talvez o impeçam [os correspondentes] de produzir material que efetivamente permita ao público compreender o mundo” (SILVA, 2011, p. 167), possamos redefinir a ocupação, aproximando-a das pessoas, de suas vidas e culturas.

Diferentemente do simples consumo da mídia local e da consequente reprodução das perspectivas das organizações locais, como alerta Silva (2011, p. 111), embebidos



na produção midiática dominada pelas agências internacionais ocidentais, os correspondentes internacionais têm a chance de se reinventar, criando relatos profundos e tenazes, entregues aos mundos *onde e para os quais* vivem, como infere o nosso título, o termo sânscrito ‘antevasin’ - aquele que vive, de coração, entre dois (ou vários) mundos, um *in-betweener*, um *border-dweller*. Ao invés de se basearem nos despachos de agências de notícia e de serviços diplomáticos, os novos correspondentes internacionais hão de estar mais interessados nas pessoas, nos lugares e em suas histórias. Podem, inclusive, ser de importância mor na reconfiguração dos (contra)fluxos globais de informação e mídia. Para isso, entretanto, haverão de estar entre fronteiras.

Referências bibliográficas

ALLAN, Stuart. Making news, reporting truths. In: ALLAN, Stuart. **News culture**. 3^a ed. Maidenhead: Open University Press, 2010a. p. 70-93.

_____. War reporting. In: ALLAN, Stuart. **News culture**. 3^a ed. Maidenhead: Open University Press, 2010b. p. 195-217.

ELHAJJI, Mohammed. Comunicação intercultural: prática social, significado político e abordagem científica. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio de Janeiro, v.6, ago. 2006. <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/86/86>> Acessado em 07 de setembro de 2011.

FUCHS, Christian. New imperialism: information and media imperialism? **Global Media and Communication**, Thousand Oaks, n.6. 2010. <<http://gmc.sagepub.com/content/6/1/33>> Acessado em 28 de fevereiro de 2011.

HANNERZ, Ulf. **Foreign news: exploring the world of foreign correspondents**. Chicago: The University of Chicago Press, 2004. 273 p.

MONTEROS, G. G. E. de los. Periodismo internacional, corresponsales y testimonios sobre el extranjero. **Foro Internacional**, Cidade do México, v.38, n.2/3, abr-set. 1998. <<http://www.jstor.org/stable/27738911>> Acessado em 09 de outubro de 2010.

SILVA, C. E. L. da. **Correspondente internacional**. São Paulo: Contexto, 2011. 186 p.

VAN GINNEKEN, Jaap. **Understanding global news: a critical introduction**. London: Sage Publications Ltd., 1998. 239 p.