

**III Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e
Política
(Compolítica)**

PUC-SP, São Paulo, 9 a 11 de dezembro de 2009

Sessões de Comunicação:

- ELEIÇÕES, PARTIDOS POLÍTICOS E MÍDIA

**De bispo a presidente: abordagens para investigar a imagem de
Fernando Lugo**

Rafael Foletto¹

Resumo:

O artigo tem como proposta lançar as bases para uma abordagem ampla e integral do processo comunicacional de construção da imagem do presidente do Paraguai Fernando Lugo, promovida pelas notícias das revistas semanais brasileiras *Época*, *Isto é* e *Veja*. Integrando uma pesquisa na qual pretendemos observar o discurso das revistas no processo de construção das representações, buscando responder a questionamentos de como ocorre e em que base se sustenta esse movimento representacional, juntamente com seus reflexos nas culturas, relações sociais e elementos históricos e simbólicos, atentando para as estruturas de representação do chefe de Estado paraguaio e seus efeitos no conjunto dos esquemas de percepção, abarcando tanto texto/discursos, quanto e leituras/recepção. Por meio de aportes teórico-metodológicos, procuramos aproximar os universos da produção e da recepção, possibilitando o diálogo com distintas contribuições e visualizando o processo comunicacional de forma transversal. Este olhar transmetodológico, busca colocar em perspectiva conceitos e abordagens que ficariam incompletos se ancorados em apenas um único ponto do processo comunicacional. Da mesma forma, tal procedimento possibilita a utilização de diferentes técnicas para a análise de um objeto específico. No entanto, é necessário atentar para os entrecruzamentos que acompanham esse processo, observado como contínuo e sem limites definidos. Assim, temos como mote realizar uma análise comunicacional do discurso sobre Fernando Lugo presente nas revistas selecionadas, e das representações que são mobilizadas por esses textos, ou seja, buscamos mapear tanto os sentidos presentes nas matérias produzidas durante períodos determinados (a exemplo dessas

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq. Membro do Grupo de Pesquisa Processos comunicacionais: epistemologia, midiatização, mediações e recepção – PROCESSCOM (CNPq/CAPES/UNISINOS). E-mail – rafoletto@gmail.com.

situações determinadas, temos a vitória nas eleições, negociações envolvendo o Tratado de Itaipu e dos casos de paternidade), quanto na recepção (montando uma amostra de 3 a 5 leitores paraguaios e aplicando um questionário).

1. Introdução

O caminho que conduz a pesquisa intitulada “De bispo a presidente: as representações de Fernando Lugo na mídia brasileira”², que estamos desenvolvendo, é investigar os processos midiáticos de construção das representações do Presidente do Paraguai na mídia hegemônica empresarial brasileira, a saber, as revistas semanais de circulação nacional, a exemplo das publicações *Carta Capital*, *Isto É* e *Veja*. Cabe ressaltar que essas mídias foram selecionadas pelo fato de serem consideradas as revistas semanais brasileiras com circulação mais expressiva no país, tendo assim, significativa inserção social. Sendo assim, buscamos observar sistematicamente os posicionamentos, pensamentos, sentidos, estratégias utilizadas pela mídia impressa brasileira, no caso as revistas semanais, para construir as representações do bispo católico e agora chefe de Estado, Fernando Lugo.

Compreendemos a importância da ação das mídias na configuração, ativação e atualização das representações e, dessa forma, indagamos como ocorrem os movimentos de produção das representações simbólicas da figura do presidente Lugo nas revistas semanais brasileiras. Visto de outra forma, queremos problematizar quem é Fernando Lugo em termos de ator midiático? Qual é a abordagem realizada pelas mídias selecionadas no processo de construção das representações desse ator? Assim, buscamos responder a esses questionamentos no sentido de compreender como ocorre e em que base se sustenta esse movimento representacional do presidente do Paraguai, juntamente com seus reflexos nas culturas, relações sociais e elementos históricos e simbólicos que permeiam esse processo de representação.

Para tanto, partimos de uma pesquisa de exploratória, visando contextualizar os aspectos sociais, históricos, culturais e políticos relevantes, nos quais o objeto de pesquisa se encontra inserido, permitindo observar os diferentes elementos e fenômenos que se relacionam e constituem a problemática de investigação, bem como para expandir a compreensão das realidades de produção e de leitura que os constituem, fornecendo subsídios para compreendê-la de forma mais ampla e sistemática.

² Sob a orientação do professor/pesquisador Dr. Alberto Efendy Maldonado, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos.

Assim, em um segundo movimento, procuraremos acerrar de contribuições conceituais e teóricas pertinentes para a pesquisa, por meio da reflexão aprofunda das estratégias, lógicas e procedimentos de pesquisa de diversos autores, visando redimensionar os conhecimentos obtidos, durante a elaboração da investigação, bem como ampliar a compreensão dos arranjos teóricos e metodológicos suscitados pelo problema de pesquisa. Nesse sentido, tal movimento possibilita “ir definindo a rede de conceitos que a problemática em elaboração solicita; identificar autores e proposições férteis para laborar a construção e debruçar-se efetivamente num trabalho reflexivo sobre eles” (BONIN, 2008, p. 124).

Pensamos que a problematização, reflexão e articulação desses movimentos são importantes no processo de construção da pesquisa, de modo a possibilitar uma melhor compreensão dos detalhes, contextos e elementos que fazem parte da realidade investigada. Dessa maneira, fugindo das chamada “receitas de bolo” e em contrapartida, oferecendo um olhar transversal para tratar o objeto, as perguntas de pesquisa, os objetivos da investigação, enfim, para permitir o avanço na construção do conhecimento enquanto prática social.

2. Movimentos exploratórios: quem é Fernando Lugo?

O movimento de contextualização do objeto de pesquisa é parte importante e decisiva, definindo as relações do objeto com a realidade em que se encontra inserido. Nesse sentido, a realização de uma pesquisa exploratória, conforme Iser (2006, p.195), torna-se um momento “para testar procedimentos de pesquisa que poderiam se revelar promissores para serem aplicados posteriormente”.

Da mesma forma, para Bonin (2006, p.35), a pesquisa exploratória “implica um movimento de aproximação à concretude do objeto empírico (fenômeno concreto a ser investigado) buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades”. Ainda, segundo a autora:

“oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos. Auxilia na construção de amostras e, ou *corpus* a serem focalizados na investigação sistemática”. (BONIN, 2008, p. 125)

Enquanto movimento metodológico, a pesquisa exploratória, apresenta natureza e procedimentos diversificados, trazendo, por meio do contato com os objetos a serem investigados, novos contornos, encaminhamentos, pistas, dados para a construção do problema de pesquisa. Bem como, auxiliam a fundamentar opções teóricas e metodologias, a exemplo da definição do corpus de análise

Assim, a realização de movimentos de aproximação ao objeto empírico para estruturar a construção do objeto de pesquisa, bem como das perspectivas teóricas e metodológicas, mostra-se ao mesmo tempo como sendo de vital importância e desafiadora para o pesquisador, enquanto artesão intelectual, pois implica a buscar o diálogo constante ente problema – teorias – metodologias.

Ainda, Maldonado (2006) demonstra a importância da pesquisa empírica e da pesquisa teórica como movimentos constitutivos e decisivos na pesquisa em comunicação, dando atenção aos processos midiáticos, tomados como, foco central de nossas problematizações e contexto que permeiam os problemas decisivos da produção científica em comunicação na contemporaneidade.

Bourdieu (1998) destaca que os procedimentos da pesquisa são definidos através da prática. Dessa forma, percebemos a importância de realizar movimentos de aproximação com o objeto empírico como procedimento metodológico relevante para definir, elaborar e problematizar abordagens de pesquisa sistemáticas e futuras concepções teóricas.

Assim, buscamos uma aproximação com o objeto de pesquisa no sentido de acercamos do contexto e da realidade que o perpassa. Contribuindo de maneira decisiva para refletir sobre as definições dos contornos teóricos e metodológicos demandados pela problemática de investigação.

Observando o recente momento político do continente latino-americano, percebemos que após a onda neoliberal que orientou as políticas de Estado nos anos 1980 e 1990, provocou profundas crises nas formações sociais da região. Surgiu uma série de governos com forte apelo popular, dispostos a mudanças substanciais no aparelhamento e redefinição do papel do Estado na instância socioeconômica, política, cultural e comunicacional. São exemplos deste tipo de mudança no horizonte das transformações políticas, países como Brasil, Venezuela, Bolívia, Equador, Argentina, Uruguai e, mais recentemente, Paraguai.

Neste último, um bispo da Igreja Católica, Missionários do Verbo Divino³ e fortemente identificado com a Teologia da Libertação, Fernando Armino Lugo de Méndez⁴, liderando uma heterogênea *Alianza Patriótica para el Cambio* (APC)⁵ e apoiado por dezenas de organizações políticas e sociais, percorre uma trilha meteórica e triunfa às eleições presidenciais, no dia 20 de abril de 2008, configurando-se como um caso inédito na turbulenta história política do Paraguai, pois conforme Sánchez:

“Falar dessa possibilidade, três anos antes, era não apenas pouco possível, mas também inimaginável. Além disso, o Partido Colorado, os demais partidos tradicionais (ou conservadores) opositores careciam de projetos aglutinantes e a esquerda ainda estava distante de alcançar uma projeção política protagonista. (Sánchez, 2009: 1, tradução nossa)⁶”

Após 35 anos de regime autoritário liderado por Alfredo Stroessner, o Partido Colorado, que sustentava a ditadura, seguiu no poder, assim como os generais e a oligarquia. Essa elite conduziu o Paraguai à onda neoliberal que assolou a América do Sul (a exemplo do governo Collor, no Brasil; Menem, na Argentina e Fujimori no Peru), tornando-se um território de corrupção, contrabando e narcotráfico, elementos que permeiam o imaginário brasileiro referente ao país. Contudo, no bojo das bases sociais ocorreu uma reorganização de movimentos populares e sindicais que mobilizados, sobretudo pelas Comunidades Eclesiais de Base, diminuíram progressivamente a

³ Os missionários do Verbo Divino se constituem como uma congregação da Igreja Católica que forma e envia missionários para diversos países do mundo, com o objetivo de pregar o evangelho.

⁴ Fernando Lugo nasceu em 1951 em San Solano, uma comunidade rural localizada em San Pedro del Paraná, mas cresceu na cidade de Encarnación, que faz fronteira com a Argentina e é terceira maior cidade do país, além de ser capital do departamento de Itapúa. Sua família foi perseguida pelo regime ditatorial de Alfredo Stroessner (1954-1989) – o pai ficou preso mais de vinte vezes e três de seus irmãos torturados e expulsos do país. Aos 19 anos, Lugo entrou no Seminário da Congregação do Verbo Divino e teve, na Igreja, uma trajetória identificada com a Teologia da Libertação. Em 1983, foi expulso do Paraguai com a justificativa de proferir “sermões subversivos”, contrários ao governo de Stroessner. Após um período em Roma, onde realizou estudos de Espiritualidade e Sociologia na Pontifícia Universidade Gregoriana, retorna ao país em 1987 e, em 1994, é ordenado bispo. No final de 2006, Lugo recusa ao sacerdócio para disputar as eleições presidenciais paraguaias em abril de 2008.

⁵ A Aliança Patriótica para a Mudança, força política que elegeu Fernando Lugo, é composta, ao todo, por 10 partidos político (Partido Demócrata Cristiano, Partido Demócrata Progresista, Partido Encuentro Nacional, Partido Frente Amplio, Partido Liberal Radical Auténtico, Partido Movimiento al Socialismo, Partido País Solidario, Partido Revolucionario Febrerista, Partido Social Demócrata e Partido Socialista Común) e 9 organizações sociais (“Ñembyaty Guasú Luque 2008”, Bloque Social y Popular, Colo’o Apytere, ERES, Fuerza Republicana, Mujeres por la Alianza, Resistencia Ciudadana Nacional, Tekojoja e Teta Pyahu). Ainda, os principais pontos do programa de governo a APC, dizem respeito a reativação econômica com equidade social, reforma agrária integral, Recuperação institucional do país e combate à corrupção, istauração de uma justiça independente, recuperação da Soberania Nacional e plano de emergência nacional para os problemas sociais mais urgentes.

⁶ “Hablar de esta posibilidad, tres años antes, era no solo poco creíble sino inimaginable. Además del Partido Colorado, los demás partidos tradicionales (o conservadores) opositores carecían de proyectos aglutinantes y la izquierda todavía estaba lejos de alcanzar una proyección política protagónica”.

hegemonia do Partido Colorado e forjaram o terreno político para a vitória eleitoral de Lugo, que nunca havia atuado na política partidária.

Assim, depois de 61 anos de comando do Partido Colorado, o Paraguai assiste a uma verdadeira alternância de poder e se enche de esperança, por meio da chegada às mais altas funções do Estado, do bispo Fernando Lugo, sustentado pela Aliança Patriótica para a Mudança, que congrega dez partidos políticos e vinte movimentos sociais articulados sob o Movimento Popular Tekojoja⁷.

Observamos que o novo cenário político paraguaio assinala que é preciso atentar para a temática das relações entre Brasil e Paraguai. Países contíguos, cujas fronteiras foram delimitadas através de um tratado de limites, assinado em 1872, consequência da Guerra da Tríplice Aliança, estendendo-se por 1.365,4 km (sendo 928,5 estabelecidas em rios, e o restante pela fórmula de divisor de águas).

Entre as questões que devem merecer atenção especial dos dois governos, sobressaem-se as reivindicações paraguaias referentes à Itaipu e o fenômeno da migração entre os dois países, justamente os dois principais pontos do programa de governo de Fernando Lugo. Ainda, segundo Cotas (2008), três temas formam a pauta da nova relação entre os dois países:

"Primeiro, a renegociação do Tratado de Itaipu. Segundo, os resultados da invasão de boa parte do território oriental paraguaio por latifundiários brasileiros produtores de soja (iniciado nos anos 1970). Terceiro, a integração ao Mercosul com uma verdadeira compensação das assimetrias deste pequeno e pobre país em relação aos dois maiores sócios deste projeto - Brasil e Argentina"⁸.

Ainda, realizamos uma entrevista aberta com o professor-pesquisador Juan Díaz Bordenave, como recurso metodológico para explorar questões pertinentes para a contextualização e compressão da problemática de investigação. Nesse sentido, observamos o professor Bordenave, como uma fonte qualificada de informação, já que participou da campanha eleitoral de Lugo e atualmente é membro do governo, ocupando o cargo de assessor do Ministério da Comunicação. Assim, nesse momento de estruturação da problemática de investigação e de busca de uma contextualização da realidade a ser observada, surgia como fundamental o relato trazido pelo entrevistado,

⁷ Expressão guarani – idioma falado por 87% da população paraguaia – que quer dizer “viver em igualdade”. O Tekojoja é composto por líderes sociais, intelectuais, operários, camponeses, estudantes, artistas, políticos que não são originários dos partidos tradicionais, enfim, trata-se de um grupo que busca pensar politicamente os movimentos sociais que fazem parte.

⁸ Disponível em <<http://alainet.org/active/23633&lang=es>>. Acesso em 5 de jul. de 2009.

no sentido de fomentar um movimento de reflexão e reorganização das idéias orientadoras/geradoras/suscitadoras da pesquisa.

Exploraremos o procedimento de entrevista aberta com Bordenave, sob a ótica de três parâmetros construídos através de inferências do seu relato – antecedentes, cenário interno e observação das mídias. No que tange aos antecedentes, o relato do entrevistado contribuir para visualizarmos um novo componente da realidade observada – o Movimento Tekojoja. Para além da coalizão de diversos partidos, esse movimento, exerce importante influência nos rumos do governo paraguaio. Pertence a ele a formulação das diretrizes que fazem parte do programa de governo de Lugo e a orientação dos movimentos populares que compõem a base de apoio, como o campesino. Em relação ao cenário interno, conseguimos dimensionar as ações políticas empreendidas pelo governo Lugo, por meio do panorama trazido por Bordenave, dimensionando um cenário político marcado pela heterogeneidade e a desconfiança, devido à composição das diferentes forças e partidos que fazem parte da Aliança Patriótica para a Mudança, fazendo com que o governo Lugo necessite do apoio popular para implementar as suas ações, pois além do mais, não possui a maioria no congresso e não dispõe de uma boa relação com o vice-presidente. Por fim, a respeito questão das mídias paraguaias, a fala de Bordenave trouxe elementos pertinentes para observarmos esse tema, sobretudo, ao atentar para o fato de que Lugo não goza de boa imagem na mídia hegemônica nacional, que em geral, alia a sua figura a fatos negativos e a lideranças políticas latino-americanas concebidas como anacrônicas e populistas, a exemplo dos presidentes Evo Morales e Hugo Chávez, respectivamente da Bolívia da Venezuela. Ainda, o entrevistado, refletindo sobre a concentração de migrantes brasileiros no Paraguai, explicitando um quadro marcado pela permeabilidade da mídia brasileira no território paraguaio, que leva os seus conteúdos, a sua visão dos fatos para uma audiência híbrida.

Assim, em um segundo movimento de aproximação com o problema/objeto de estudos, buscamos compreender os processos midiáticos que as revistas semanais brasileiras fazem uso para representar o presidente Fernando Lugo no bojo dos assuntos cruciais para a integração entre Brasil e Paraguai, explicitando ou não elementos históricos e simbólicos referentes às relações entre os países vizinhos, adotando procedimentos semelhantes a outros acontecimentos nesse âmbito, como o caso da Petrobras com a Bolívia em 2006, quando mídia hegemônica brasileira praticamente

incitou o país à guerra contra aqueles que supostamente prejudicavam os interesses nacionais.

3. Explorando Fernando Lugo nas revistas semanais brasileiras

Ao longo do período observado, os anos de 2007, 2008 e 2009, as revistas observadas, publicaram um total de 26 matérias referentes a Fernando Lugo. Sendo distribuídas da seguinte forma, em cada mídia – 6 em *Época*, 11 em *Isto É* e 9 em *Veja*, conforme se pode observar no gráfico abaixo:

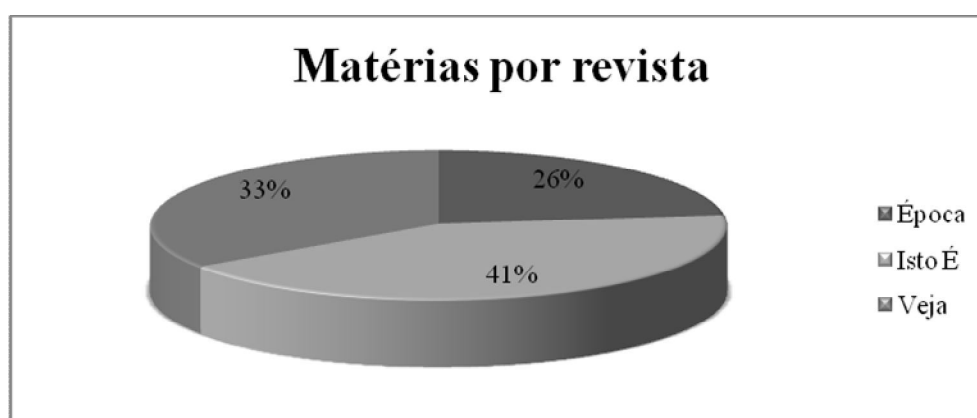


Figura 1 – Quantificação por revistas das matérias referentes a Fernando Lugo

No que tange a cobertura realizada pelas revistas observadas ao longo do período delimitado – 2007 a 2009 é possível visualizar que o ano de maior incidência de matérias referentes a Fernando Lugo, corresponde a 2008, ano de início de término da corrida eleitoral e início do mandato. Contudo, no ano de 2009, até o mês de setembro, verificou-se apenas 2 matérias a menos que todo o ano anterior. Tal fato se deve a maior incidência de assuntos polêmicos envolvendo as relações entre Paraguai e Brasil, sobretudo em relação a renegociação do Tratado de Itaipu. Ainda, no final do mês de abril de 2009, ocorreu o caso de paternidade envolvendo o presidente paraguaio, que foi abordado pelas 3 revistas observadas. Cabe ressaltar, que durante o ano de 2007, apenas a revista *Isto É* apresentou matérias sobre Fernando Lugo, mais especificamente, versando sobre o pleito eleitoral no Paraguai.

Quanto a distribuição das matérias referentes nas editorias das revistas selecionadas, observamos maior incidência na editoria internacional, em contrapartida, houve significativa matérias localizadas na editoria de nacional (ou Brasil), justamente

quando a temática da matéria corresponde a política externa do governo brasileiro. Conforme pode ser visualizado no gráfico a seguir:

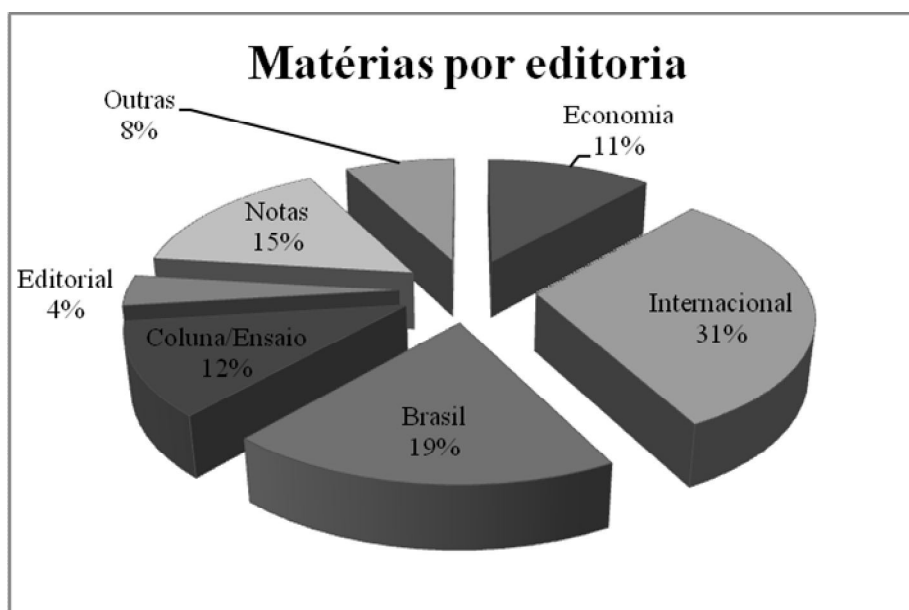


Figura 2 - Distribuição das matérias referentes Lugo nas editorias das revistas

Assim, para além de abordagens quantitativas, observamos a cobertura realizada pela mídia sobre Fernando Lugo, através da abordagem exploratória. Tornando-se possível verificar que há semelhanças na abordagem das 3 revistas observadas em relação a construção da figura de Fernando Lugo, tal construção, desde as primeiras aparições de Lugo (2007, 2008) gira em torno de 2 questão polemicas que supostamente ferem o interesse nacional brasileiro e somente em meandros do ano de 2009 outro tema entrou na pauta das revistas, os filhos de Lugo e ai apareceram estereótipos e preconceitos que povoam o imaginário brasileiro em relação ao Paraguai, como a falsificação.

Ainda, para Henn (2002, p. 50), a produção de notícia envolve um processo ainda mais complexo, no qual as matérias constituem “signos cujos objetos são as ocorrências que pululam no cotidiano. Estão aptas a reproduzir interpretantes de diferentes matizes, que vão desde a formação de opinião sobre determinados episódios até a geração de ações concretas na sociedade”.

Através da abordagem exploratória foi possível verificar a existência de semelhanças na construção das matérias sobre Fernando Lugo nas três revistas observadas. Tal construção, desde as primeiras aparições da figura de Lugo (2007,

2008) gira em torno de duas questões polêmicas que supostamente ferem o interesse nacional brasileiro, justamente as negociações envolvendo o tratado de Itaipu e questão da reforma agrária paraguaia. Somente em meados do ano de 2009, outro tema entrou na pauta das revistas – os casos de paternidade do presidente paraguaio. Nessa questão, sobressaiu-se uma visão irônica, em tom de piada, privilegiando uma construção pelo prisma do escândalo.

Diante desse cenário de construção midiática da figura de Fernando Lugo, observamos a necessidade de problematizar os processos midiáticos de construção das representações do Presidente do Paraguai na mídia impressa brasileira, por intermédio de três abordagens teóricas, que dialogando entre si, possibilitam uma visualização ampla do problema de pesquisa, oferecendo contornos e delimitações futuras para o desenvolvimento da investigação. Nesse sentido, exploraremos a seguir, essas três abordagens pertinentes para observarmos o objeto de pesquisa, a saber, a política como espetáculo, as estratégias de comunicação e os estudos culturais.

4. A abordagem da política pelo viés espetáculo

Com a emergência dos regimes democráticos na América Latina, que ainda se encontram em fase de estruturação, em maior ou menor grau, significativa parcela de pesquisadores do campo da comunicação se debruçaram em analisar a centralidade das mídias, sobretudo da televisão, na construção das democracias contemporâneas no espaço latino-americano. Pois, na ótica do conjunto desses autores, a política na contemporaneidade se tornou extremamente midiática (SCHMUCLER y MATA, 1992).

Trata-se de uma perspectiva teórica centrada no conceito de *mediatização*⁹, engendrada pelos processos históricos, econômicos e políticos, que configuram formas de vida social e culturas específicas ancoradas em modelos, “nos quais o campo midiático tem um lugar estratégico na configuração das sociedades contemporâneas” (MALDONADO, 2002, p. 6).

Da mesma forma, García-Canclini (2001 e 2008), salienta que os meios de comunicação de massa, ao possuírem um lugar de destaque nas mediações que compõem a esfera pública política, alicerçariam uma nova configuração dos espaços e

⁹ Ver. MALDONADO, Alberto Efendy et. al. **Coletânea mídias e processos socioculturais**. São Leopoldo/RS: PPGCC-Unisinos, 2000.

das relações cotidianas. Assim, a instância midiática passa a imbricar-se de forma mais acentuada no campo política, impondo as suas lógicas na construção do debates e dos discursos. Nesse sentido, para Weber e Baldissera (2008, p. 302), “os poderes abrigados nas democracias são apresentados, cada vez mais, no modo performático e sustentados na fragilidade dos discursos”.

Ainda, Schmucler y Mata (1992, p. 62) atentam para um movimento de deslocamento do debate político, que desse modo, passa da praça para platéia. Nesse sentido, a noção de deslocamento trazida pelos autores, busca demonstrar o surgimento de “novos espaços físicos e simbólicos que se admitem com lugares de produção do sentido político e umas estratégias próprias de tais espaços, articulados pela mediação tecnológica e o consumo cultural”.

Corroborando com a centralidade do campo midiático em relação a política, Thompson (2002) observa que a principal forma de materialização dessa relação reside na idéia de escândalo político. Dessa forma, enfatiza que no processo de publicização dos escândalos políticos, ocorre um constante movimento de construção e reconstrução dos fatos. Nesse sentido, a história passa a ser contada e recontada. Isso ocorre, pelo fato de que o discurso passa por uma transformação que atenda aos interesses das mídias, no intuito de maximizar as suas audiências. Assim, para o autor, o escândalo é:

“seqüencial, no sentido que uma fase no desenrolar dos escândalos midiáticos é previsivelmente seguida por outra. E o desdobramento dos escândalos midiáticos é entrelaçado por um constante recontar histórias sobre os acontecimentos (ou supostos acontecimentos) presentes no centro do escândalo”. (THOMPSON, 2002, p. 102).

Para Chaia (2000, p. 14), o escândalo política quando midiaticizado, apresenta forte incidência na formação da imagem pública dos atores políticos, uma vez que para uma liderança política cometer uma gafe pode ser um erro político, às vezes irrecoverável na sua carreira. Assim, para a pesquisadora:

“o escândalo é aquele fenômeno que se traduz em ações que podem afetar a reputação de pessoas, ações ou eventos, supondo a existência de transgressões a valores, códigos morais que são levadas ao domínio público e que provocam reações” (CHAIA, 2000, p. 15).

Da mesma forma, Thompson (2002) atenta para o fato de que os participantes do campo político necessitam estar predisposto para aquilo que o autor chama de cultura do escândalo. No entanto, Thompson (2002) alerta que essa cultura pode levar o público a

uma saturação do desse tipo de abordagem. Da mesma forma, trazendo o descrédito não apenas os atores políticos, mas também as mídias, sobretudo, ao persistirem em seguir construindo a cobertura dos acontecimentos políticos pelo prisma do escândalo. Conduzindo assim, as audiências a um processo de exaustão do escândalo.

Assim, Weber (2000) ressalta que a política enquanto atividade primordialmente simbólica, sempre buscou a visibilidade no seio social, porém apenas por intermédio do espetáculo consegue fazer com que o seu discurso ganhe ressonância, para buscar a confiança, o reconhecimento, a aprovação, a confiança das audiências. Desse modo, o discurso político encontrou nos meios de comunicação de massa, um frutífero espaço de visibilidade, tradução e produção de seus sentidos e ações. A relação entre mídias e política, pelo viés do espetáculo, trata-se, para a autora, de uma constante construção de pactos e disputas de poder. Enfim, residindo “na provocação de determinados embates físicos, estéticos, e discursivos, abrigados por instituições políticas e organizações midiáticas” (WEBER, 2000, p. 11). Uma vez que tanto a política quanto as mídias possuem o poder das palavras, dos discursos, das falas. Ainda, a autora observa que é justamente nessa relação de disputa e de poder que deve se fixar os olhares e reflexões dos pesquisadores, interessados em questões do campo político.

No entanto, Weber (2000) procura demonstrar que o poder da mídia apresenta ainda outras características peculiares, a de difundir outros poderes e a de ser testemunha dos acontecimentos políticos. Assim, observa que essas características residem na propriedade das mídias “de equilibrar pactos e disputas sobre as verdades dos fatos e o espaço [tempo] mais adequados” (WEBER, 2006, p. 127).

Assim, observamos uma vertente de pesquisadores no campo da comunicação, inclinados em analisar os acontecimentos políticos pelo viés do espetáculo, justamente pelo fato de que a política contemporânea estria contagiada pela linguagem midiática (WEBER, 2000). Nesse sentido, admitem a existência de uma supremacia da mídia em relação à política, substituindo as questões ideológicas do debate político pela encenação, bem como o conteúdo pela forma (FRANÇA, 2000).

Na ótica de Gomis (1991), a atividade jornalística tem como mote oferecer audiência uma versão concentrada da realidade, não raro, construída de forma dramatizada, para que o público se conectar com essa realidade e, de algum modo, envolver-se com ela. Assim, percebemos que abordar a política pelo viés do espetáculo, surge como uma estratégia potencializadora das mídias no sentido de prender a atenção do público, mais do que isso, como uma forma de construção de realidade permeada de

sentidos, que geram opiniões sobre um determinado tema, construindo representações, não raro, distantes da realidade espetacularizada, sem levar em considerações elementos simbólicos, históricos e culturais que permeiam o acontecimento retratado.

Trazendo para o contexto que estamos pesquisando, esse tipo de abordagem dos acontecimentos políticos, pode ser visualizado na cobertura da mídia brasileira a respeito do episódio dos casos de paternidade envolvendo o presidente do Paraguai, Fernando Lugo. O fato possibilitou a construção de pautas para imprensa brasileira, que se preocupou em abordar o acontecimento através do escândalo, trazendo a tona uma gama de discursos jocoso sobre um chefe de Estado, que durante o período de sacerdote manteve relações sexuais, tornado-se pai. Mais do que isso, priorizou-se a construção de discursos moralistas e anedóticos, em detrimento as imbricações políticas e culturais do fato, uma vez que Lugo venceu a eleição, levantando, entre outras bandeiras, a da luta pela honestidade e do combate a corrupção no país.

Nesse sentido, para McCombs (2006), um dos criadores da hipótese de *agenda-setting*, a notícia não é um relato do real, mas sim, um marco que induz sua interpretação. A esse objeto (no sentido mais amplo da palavra) que será difundido publicamente como centro de uma notícia se ressaltam certos atributos e, ao mesmo tempo, se excluem outros. Demonstrando seu poder para estruturar o pensamento, para moldar a maneira em que pensamos os temas de interesse público, o comportamento dos atores da vida política, além de outros objetos das notícias.

Por fim, acreditamos que se torne imprescindível a problematização de abordagens teóricas, que para além do enfoque da política pela ótica dos escândalos midiáticos, oportunizem uma reflexão acerca de outras estratégias empreendidas pelas mídias para caracterizar, construir e retratar os acontecimentos e fenômenos do campo da política.

5. A abordagem das estratégias de comunicação

Silveira (1996 e 2003), em suas pesquisas, observa a presença de representações pejorativas referentes ao Paraguai “no e pelo o imaginário latino-americano” (SILVEIRA, 2005, p. 34). Segundo o autor, essas representações perduram nos dias atuais com significativo vigor, sobretudo nos meios de comunicação hegemônicos brasileiros, reportam ao principal conflito bélico do espaço sul-americano, a Guerra do Paraguai, ocorrida entre os anos de 1864 e 1870.

Para Silveira (2005), o conflito acirrou o sentimento de desconfiança e desentendimento entre os dois principais países sul-americanos, Brasil e Argentina, que segue ecoando com intensidade na mídia, ainda hoje. O autor demonstra que o clima de animosidade entre os dois países foi acentuado pela cobertura do conflito realizado pela imprensa brasileira e, principalmente, pela portuguesa, que via na origem espanhola dos argentinos o principal elemento de desconfiança e crítica, pois conforme salientou o correspondente de um jornal português da época, o *Commercio do Porto*, “o caráter espanhol é sempre o mesmo em toda a parte; sempre em revolução com tudo e com todos” (SILVEIRA, 2005 p. 38). Dessa forma, o autor observa que as notícias sobre a guerra que seguiram, pautavam, sobretudo, pelos desentendimentos entre os generais aliados, colocando de lados opostos os generais Mitre (Argentina) e Caxias (Brasil) e atribuindo ao argentino os episódios de fracasso das tropas da Tríplice Aliança.

Da mesma forma, Gimestra (2002) aponta a gênese desse imaginário conflituoso e, por vezes, preconceituoso de construção das representações dos países sul-americanos:

“todos sabemos que a história dos nossos países começou em meio a conflitos sangrentos, que deixaram sequelas de desconfiança e rivalidade nas relações posteriores, ainda que as lutas armadas entre os mesmos, não se repetiram desde o final do século XIX”. (GIMESTRA, 2002, p. 73, tradução nossa)¹⁰

Ainda, Schimeil (2002, p. 128) observa que os meios de comunicação, não raro fazem uso da reprodução de antigos sentimentos de disputa e discórdia entre os países latino-americanos, sobretudo entre Brasil e Argentina, pautando as suas coberturas pela emoção e trazendo a tona “um sistema de representações que é fruto não só da mídia em geral, mas de uma história longa de relações políticas e econômicas entre Brasil e Argentina, marcada, quase sempre, por divergências e conflitos”.

No que tange ao Paraguai, país derrotado na guerra, os estigmas e preconceitos oriundos de conflitos e disputas, apresentam-se de forma mais sedimentada. Desde o início da Guerra, a imprensa brasileira trabalhou na construção de um discurso para contestar os objetivos e ações do então presidente paraguaio Francisco Solano López, com o intuito de legitimar a participação militar brasileira e a necessidade de combater essa ameaça que morava ao lado.

¹⁰ “todos sabemos que la historia de nuestros países comenzó en medio a conflictos cruentos, que dejaron secuelas de desconfianza y rivalidad en las relaciones posteriores, aunque las luchas armadas entre los mismos, no se repetieron desde finales del siglo XIX”.

Assim, conforme Silveira (2005, p. 43), alicerçou-se um discurso de inferioridade que atravessou décadas e apresenta reflexos nas atuais representações do país vizinhos, “hoje, as pessoas que habitam o grotão paraguaio parecem condenadas a um destino tão indigno quanto irreversível, sobrevivendo graças ao contrabando, à maracutaia, à impunidade oficializada”. Assim, os sentidos mais latentes em relação as representações do país vizinho empregadas pela mídia brasileira é a ligação do Paraguai a práticas ilegais, a propensão a falsificação, à fraude, a negócios escusos. Para o autor, esse tem sido o sentido mais empregado para retratar o país vizinho, fazendo com que não raro, as palavras Paraguai e falsificação sejam sinônimas.

Além disso, Silveira (2005, p. 40) salienta que “o tratamento dispensado ao país vizinho tem sido tão desfavorável que, em algumas situações, o resultado ‘jornalístico’ encontra-se, flagrantemente, deslocado da realidade”. Ainda, na ótica do auto, ressalta-se esses estigmas em relação ao Paraguai, com a finalidade de ao acentuar a inferioridade que remota a derrota na Guerra, atenua-se os problemas sociais, econômicos, políticos brasileiros, afinal, o fundo do poço é “lá” e não “aqui”.

Ainda, para Sánchez Ruiz (1992), de uma forma geral, os meios de comunicação são instituições sociais e atores sócio-políticos que atuam ao longo do fluxo sócio-histórico por meio de ações individuais e de grupos, mas sempre articulados em uma densa trama com as estruturas da sociedade - a economia, a política, a cultura e a estrutura social.

Nesse sentido, uma abordagem centrada nas estratégias de comunicação podem ser concebidas como um esquema prévio que fornece suporte para um curso de ação, para a construção de uma determinada visão de mundo (GONZÁLEZ, 2008). No entanto, o que difere as estratégias de comunicação das demais é o fato dos jogadores utilizarem a interação simbólica. Reconhecendo, por consequência, a propriedade interativa da comunicação, tendo a capacidade de compartilhar valores. Da mesma forma, as estratégias comunicacionais, buscam estabelecer um marco de referência para a construção de um discurso e uma lógica de ação. Ainda, conforme Rodrigues (1990), como qualquer atividade, a interação humana possui estratégias, que podem ser comparadas com as estratégias dos jogos de competição.

Da mesma forma, visando uma abordagem políticoeconômica da comunicação, sobretudo nas sociedades da América Latina, no sentido de compreender criticamente as estratégias imperialistas de domínio dos sistemas comunicacionais no espaço latino-americano, Armand e Michéle Mattelart (1989), oferecem importantes parâmetros para

pensar, refletir e problematizar o campo da comunicação como escopo estratégico para a política. Para eles, os pesquisadores tinham como principal desafio compreender as estratégias e as estruturas que compõem os processos de comunicação que perpassam as sociedades nas quais centram as suas análises. Trata-se assim, de buscar o entendimento das estratégias adotadas pelos meios hegemônicos de comunicação para construir as realidades que retratam.

A noção de estratégia é utilizada a muito tempo, sendo refletida por pensadores clássicos a exemplo de Sun Tzu¹¹, Maquiavel¹² e Clausewitz¹³, que a seu tempo, observaram, por intermédio de uma visão político-militar, na qual conhecer o inimigo se torna uma imensa vantagem, bem como a concepção tático-operacional da informação se constituem em estratégia de guerra.

As revistas semanais brasileiras, por meio das estratégias de comunicação que utilizam para a construção das notícias, tornam-se instrumento fundamental de divulgação e construção das representações simbólicas, entre elas, a figura de um líder político, enquanto ator midiático.

Da mesma forma, percebemos a necessidade de pensar a política pelo viés das representações enquanto resultado de práticas discursivas, fomentada por estratégias de comunicação articuladas pelas mídias hegemônicas, no sentido de construir uma determinada visão dos fatos e do mundo. Trata-se de um processo sociocultural, chamado por Hall (2003) de codificação e decodificação e que se encontra presente nos três momentos constituintes da ação comunicacional, a tratar, produção, discurso e recepção.

6. A abordagem cultural

O processo de mercantilização da cultura e aceleração da produção capitalista no âmbito cultural, facilitado pela atuação dos meios de comunicação de massa, primordialmente notado por Benjamin (1989), está no cerne das preocupações que contribuíram para a configuração das análises e pesquisas da corrente denominada de Estudos Culturais¹⁴.

¹¹ TZU, Sun. **A arte da Guerra**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

¹² MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

¹³ CLAUSEWITZ, Carl von. **Da guerra**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

¹⁴ A escola dos Estudos Culturais teve seus pressupostos estruturados pelos pesquisadores Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Palmer Thompson e, posteriormente, Stuart Hall, bem como pela

Conforme Garcia Canclini (1995, p. 27), “aquele que realiza Estudos Culturais fala a partir de interseções”. Dessa forma, essa linha de investigação, caracteriza-se desde o seu princípio por atrelar as suas análises às realidades históricas locais, não apenas pela variedade de objetos que se propõem a estudar, mas também pelo seu caráter interdisciplinar.

Os Estudos Culturais surgem no final dos anos de 1950 ligados ao CCCS (Centro de Estudos Culturais Contemporâneos) da Universidade de Birmingham na Inglaterra. Desde o seu aparecimento, essa tendência, foi pautada pela transdisciplinariedade e fortemente influenciada pelo estruturalismo e pela semiologia materialista.

No âmbito da América Latina, Martín-Barbero (2008) e García-Canclini (2000) intentam demonstrar um entendimento complexo e compartilhado das relações entre produção, distribuição e consumo do conjunto de bens simbólicos concebidos no seio da sociedade. A partir do cruzamento de diferentes áreas do conhecimento, como a sociologia, a antropologia e os estudos comunicacionais, García-Canclini (2000), desenvolve uma perspectiva que evidenciam a cultura como “híbrida”. Dessa forma, buscar compreender os problemas de comunicação como culturais, bem como redimensiona o papel do receptor enquanto sujeito ativo. Do mesmo modo, Martín-Barbero (2008) pensa a cultura como âmbito estratégico para estudar os processos de comunicação.

Para os pensadores dos Estudos Culturais, a cultura não pode ser apreendida como um todo. E, conforme Johnson (1999), para entendê-la é necessário uma estratégia particular de definição, capaz de revisar as abordagens existentes que, além de identificar seus objetos característicos e a abrangência de sua competência, também possa mostrar as suas falhas e os seus limites. Pois, “não é de uma definição ou de uma codificação que precisamos, mas de ‘sinalizadores’ de novas transformações” (JOHNSON, 1999, p. 19).

Nesse sentido, as análises e as comparações de problemáticas teóricas podem ser componentes essenciais os estudos culturais. Segundo Johnson (1999, p. 23), porém, “sua dificuldade principal é que as formas abstratas de discurso desvinculam as idéias das complexidades sociais que as produziram ou às quais elas, originalmente, se referiam”.

Assim, em Johnson (1999), o termo “cultura” tem valor apenas como um lembrete, não como uma categoria precisa. Conforme o autor, falar de cultura é falar de polissemia. Dessa forma, na tentativa de emprestar maior precisão ao fenômeno cultural, Johnson prefere tratar da relação entre ‘consciência’ e ‘subjetividade’ para melhor defini-la. Na ótica do autor os problemas centrais dos Estudos Culturais estão situados nalgum ponto entre esses dois termos:

Para mim, os Estudos Culturais dizem respeito às formas históricas da consciência ou da subjetividade, ou às formas subjetivas pelas quais nós vivemos ou, ainda, em uma síntese bastante perigosa, talvez uma redução, os Estudos Culturais dizem respeito ao lado subjetivo das relações sociais. (JOHNSON, 1999, p. 25).

Conforme Johnson (1999), as abstrações simples que têm sido usadas até o momento não podem nos levar muito longe. Em acordo com sua definição de cultura, não mais limita o campo cultural a práticas especializadas, a gêneros particulares ou a atividades populares de lazer. Segundo o autor, todas as práticas sociais podem ser examinadas de um ponto de vista cultural, ou seja, podem e devem ser examinadas pelo trabalho que elas fazem subjetivamente. O que também possui validade para os processos midiáticos e seus modos de produção, operação e consumo.

Os estudos culturais podem ser entendidos como uma área de inter-relação entre distintas disciplinas, fazendo mesclando pesquisa textual e social, fazendo dialogar estruturalismo e culturalismo. Assim, os estudos comunicacionais no âmbito dos estudos culturais transpõem a pesquisa dos meios, abarcando um contexto mais amplo, do circuito da produção, circulação e consumo da cultura midiática.

Nesse sentido, Hall (2003) elabora um modelo de análise de Codificação/Decodificação, com o qual é tangível classificar as leituras dos receptores enquanto dominantes, negociadas ou oposicionais. Nesse contexto partem para a análise da recepção. Desse modo, a mensagem é uma forma cultural aberta a diferentes decodificações. Enquanto que a audiência se constitui por indivíduos ativos produtores de sentido. Em outros termos, os estudos culturais abrangem uma leitura comparativa entre os discursos da mídia e da audiência.

Ainda, as estratégias teóricas e metodológicas proposta pelos estudos culturais, oferecer a possibilidade ao pesquisador de desenvolver uma abordagem que permita:

“situar desde as práticas culturais o eixo através do qual se analisa o processo comunicacional como um todo, percebendo o receptor como sujeito e ator num processo mais amplo e complexo do que aquele que o circunscrevia apenas ao emissor e às tecnologias de suporte” (SOUSA, 1999, p. 24-25).

Da mesma forma, preocupados com a questão da cultura, os autores Armand e Michéle Mattelart (1989), buscam construir uma nova definição da noção de receptor, ancorados em uma ótica centrada na política de poder popular. Assim, esse processo de construção da visão do receptor, necessitaria surgir de um entendimento aprofundado dos grupos sociais e das comunidades que constituem a sociedade a qual o pesquisador lança a sua análise. Pois, para eles, as experiências pessoais se constituem em experiências sociais.

Assim, observamos, até o momento, três âmbitos pertinentes para esse estudo, em articulação com o nosso problema de pesquisa: Assunção, pesquisando a recepção da cobertura da mídia brasileira acerca do presidente Fernando Lugo em uma amostra de 3 a 5 residentes da cidade; Fronteira Brasil-Paraguai, pensado enquanto espaço de interação dinâmica entre culturas, poderíamos entrevistar tanto brasileiros quanto paraguaios e, a partir disso, procurar semelhanças e discrepâncias entre as visões dessas duas identidades que se refletem em outra, a identidade fronteiriça; Região metropolitana de Porto Alegre, observando a recepção das mídias brasileiras pelos migrantes paraguaios. Acreditamos que a escolha de uma dessas abordagens contribuiria significativamente para a ampliação do entendimento do nosso problema de pesquisa, construindo conhecimentos sobre a questão estudada.

7. Reflexões finais

Ao longo do presente texto, buscamos mapear criticamente abordagens teóricas que se mostram pertinentes para a pesquisa em curso, bem como potencializadoras de novos contornos para refletir a realidade na qual debruçamos as nossas reflexões.

Sendo assim, mais do que apresentar uma sistematização, exploração, observação e experimentação dos principais conceitos a serem discutidos e problematizados no desenvolvimento de uma pesquisa mais ampla, na qual analisamos as estratégias de comunicação empreendidas pela mídia impressa brasileira para construir as representações do presidente paraguaio Fernando Lugo, trata-se de um esforço, no âmbito de problemáticas midiáticas, de produzir conhecimentos enquanto

prática reflexiva e transversal, bem como de estruturar perspectivas teóricas e metodológicas que dialoguem com os objetivos da investigação.

Nesse sentido, compreendemos que para que possamos observar sistematicamente os posicionamentos, pensamentos, sentidos, estratégias utilizadas pelas revistas semanais brasileiras, para construir as representações do presidente paraguaio, torna-se necessário levar em consideração o processo comunicacional como um todo, ou seja, não apenas as estratégias de comunicação promovidas pelas revistas semanais para construir as representações de Fernando Lugo enquanto figura midiática, como também, as demais mediações presentes nesse processo de formação de imagem. Da mesma forma, surge como imprescindível atentar para o contexto no qual ocorre esse movimento representacional, observando-se, assim, os aspectos culturais, sociais, políticos e comunicacionais, que perpassa o problema. Assim, observamos como mote da pesquisa, justamente analisar os processos midiáticos de construção das representações do Presidente do Paraguai Fernando Lugo, tanto na mídia impressa brasileira, quanto na audiência, ou seja, buscando mapear esse movimento representacional não apenas nos sentidos presentes no discurso das revistas, como também na fala de leitores dessas mídias.

Da mesma forma, pensamos ser fundamental enquanto processualidade metodológica, desenvolver uma visão ampla dos processos comunicacionais. Nesse intuito, buscamos uma estratégia que melhor apreenda a problemática midiática em seus principais momentos – produção, textos/discursos, leituras e culturas vividas – dedicando especial atenção às relações estabelecidas entre esses âmbitos e aos desdobramentos decorrentes deles.

Ainda, observamos a pertinência de se construir uma abordagem teórica e metodológica que oferece a combinação de distintas técnicas de pesquisa empírica no campo da comunicação, por intermédio de estudo integrador, visando dialogar com as demandas emanadas pelo problema-objeto que perpassa a investigação. Dessa forma, entendemos este mapeamento de teóricas, conceitos e noções como um mote ainda a ser problematizado no decorrer da pesquisa.

8. Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política**. Obras Escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1989, p. 207-237.

BONIN, Jiani Adriana . Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. Revista **FAMECOS**, v. 37, p. 121-127, 2008.

_____, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006, p. 21-40.

BOURDIEU, Pierre (Coord.). **A miséria do mundo**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAIA, Vera & CHAIA, Miguel. (Org.). **Mídia e Política**. São Paulo: EDUC, 2000.

CODAS, Gustavo (Org.). **O direito do Paraguai à soberania**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. Comunicação e política: edifica-se uma tradição? Revista Eletrônica **Compós**, Salvador, 2000.

GARCÍA-CANCLINI, Néstor. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001

_____, Néstor. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2000.

GIMESTA, Jacques. **El MERCOSUL y su contexto regional e internacional**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1999.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**. Cómo se forma el presente. Barcelona, Paídos: 1991.

GONZÁLEZ, Rafael Alberto Pérez. **Estrategias de comunicación**. Barcelona: Ariel, 2008.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HENN, Ronaldo. **Os fluxos da notícia**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2002.

ISER, Fabiana. Pesquisa Exploratória: a importância da aproximação empírica nas definições do problema de pesquisa. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006, p. 193-216.

JOHNSON, Richard. **O que é, afinal, estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

MALDONADO, Alberto Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas, saberes. In: MALDONADO, Alberto Efendy et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006, p. 271-294.

_____, Alberto Efendy. Produtos midiáticos, estratégias, recepção. A perspectiva transmetodológica. **Ciberlegenda** (UFF), Niterói/RJ, v. 9, p. 1-22, 2002.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **O carnaval das imagens: a ficção na TV**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MC COMBS, M. **Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade**. Lisboa: Presença, 1990.

SÁNCHEZ, José Tomás. Paraguay: la brecha y Lugo. **América Latina en Movimiento**, Quito, n. 443-444, p.1-5, 23 abr. 2009.

SCHMEIL, Lilian. Alquilase una isla: turistas argentinos em Florianópolis. In: FRIGERIO, Alejandro; RIBEIRO, Gustavo. Lins. **Argentinos e Brasileiros: encontros, imagens e estereótipos**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SCHMUCLER, H. e MATA, M. C. (org.) **Política y comunicación**. Hay un lugar para la política en la cultura mediática? Córdoba: Universidade Nacional de Córdoba-Catálogo, 1992.

SOUSA, Mauro Wilton de. Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público. **Novos Olhares - Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Mediáticos ECA/USP**, São Paulo, ano 2, n.3, p. 12-30, 1999.

SILVEIRA, Mauro César. **A batalha de papel: a Guerra do Paraguai através da caricatura**. Porto Alegre: L&PM, 1996.

_____, Mauro César. **Adesão Fatal: a participação portuguesa na Guerra do Paraguai**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

_____, Mauro César. O Jornalismo como usina do preconceito: a propagação de estereótipos nos países do MERCOSUL e o caso paraguaio. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v. 2, p. 32-43, 2005.

THOMPSON, John. **O escândalo político**: o poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

WEBER, Maria Helena e BALDISSERA, Rudimar. O desmanche do público e do privado na midiaticização da crise aérea brasileira (2006/2007). Revista **Comunicação e Espaço Público**, Ano XI, nº 1 e 2, 2008, p. 283–307.

_____, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre, UFRGS, 2000.

_____, Maria Helena. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: MAIA, Rousiley & CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (org). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.