



Realização:



Apoio:



**XVII CIC
X ENPOS**

Conhecimento sem fronteiras
XVII Congresso de Iniciação Científica
X Encontro de Pós-Graduação
11, 12, 13 e 14 de novembro de 2008

REPRESENTAÇÕES DA ARGENTINA: A CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES DO PAÍS NA REVISTA ISTO É

Autor(es): STRASSBURGER, Tabita; POZOBON, Rejane de Oliveira

Apresentador: Tabita Strassburger

Orientador: Rejane de Oliveira Pozobon

Revisor 1: Ada Cristina Machado Silveira

Revisor 2: Graciela Inês Presas Areu

Instituição: Universidade Federal de Santa Maria

Resumo:

O presente trabalho pretende investigar como a Argentina é apresentada na revista Isto É e de que forma ocorre o processo de (re)construção das identidades do país a partir das representações que aparecem nas coberturas realizadas pela revista. O interesse em uma pesquisa nesse sentido surgiu da necessidade de responder questionamentos desenvolvidos no decorrer da formação acadêmica, no que se refere às representações do povo argentino na mídia. Cientes de que as relações com o país vizinho intensificam-se mais e mais, é imperativo pensar o modo como a “nossa” mídia está construindo as representações a respeito “deles”. A partir dos estudos de Jacks (2004), Frigerio e Ribeiro (2002), Bernasconi e Truzzi (2000), entre outros que consideraram que o povo argentino é retratado como rival, do futebol à economia, buscou-se argumentos conceituais para teorizar estereótipos e representações sociais, para a compreensão da cobertura narrativa analisada. O corpus da pesquisa foi montado a partir de textos da revista semanal Isto É, presentes tanto na versão impressa quanto na online, no primeiro semestre de 2008. A escolha da revista se deu pelo alcance e notoriedade que possui em termos de circulação nacional, por ser uma das mais antigas no mercado brasileiro, atuando desde 1976, e por ter se observado anteriormente que a revista aborda de modo singular a identidade argentina. O número total de revistas inclusas no trabalho foi de 25 e foram encontradas 20 notícias referentes à Argentina. Pesquisando o conteúdo das notícias, percebe-se que a mídia analisada dá mais visibilidade às questões econômicas do país, mas de modo superficial. Por exemplo, a crise entre “campo e governo” só aparece em reportagem três meses depois de deflagrada (25/06/2008, Edição 2016). O bom relacionamento entre os atuais presidentes também é destacado. Os nomes “Cristina e Lula” geralmente aparecem associados a um contexto de amizade. Porém, o ponto mais perceptível é o caráter comparativo empregado às abordagens. Seja nas relações econômicas, seja nas relações pessoais, a situação de um é sempre exemplo para a do outro. A questão se torna problemática com a constatação de que o viés adotado nas narrativas é o de uma Argentina inferior, que para conseguir se reerguer precisa seguir os passos de quem está a sua frente, no caso, o Brasil. Dessa forma, há influência do foco narrativo atrelado à concorrência e à rivalidade entre os países e seus povos.