



Mercosul ou Aliança do Pacífico? Como *The Economist* reportou imagens distintas para a geopolítica econômica da América Latina entre 2012 e 2013¹

Paulo Jefferson Pereira BARRETO²

Daniel Dantas LEMOS³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Este artigo tem por objetivo, antes de tudo, entender como o discurso jornalístico adotado pelo periódico britânico *The Economist* se propôs a construir imagens distintas para a geopolítica econômica da América Latina entre 2012 e 2013. Devem ser analisadas, para isso, três reportagens especiais veiculadas pelo jornal no referido espaço de tempo. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, com foco na análise do discurso, tendo como principais categorias teóricas as noções de discurso, jornalismo econômico e enquadramento. Este estudo ganha destaque, pois pretende analisar a construção de sentidos e da veracidade jornalística a partir do conteúdo veiculado em um dos jornais mais influentes na área de jornalismo econômico em todo o mundo, especialmente, considerando-se o fato de que não existem muitas pesquisas especificamente sobre o assunto.

Palavras-chave: Enquadramento; análise do discurso; *The Economist*

Introdução

Em linhas gerais, este artigo pretende abordar o discurso jornalístico operado pelo jornalismo de economia não apenas enquanto ator que pauta as discussões políticas e sociais, mas, sobretudo, como agente construtor de sentidos, tendo como base o conteúdo de reportagens publicadas no jornal britânico *The Economist*. Segundo Kucinski (2000, p. 14-15), um jornalismo que não se propõe a explicar e sim a seduzir.

Como o jornal é considerado autoridade na área de jornalismo econômico, o que publica é reportado praticamente em escala global, o que, de certa forma, ajudaria a explicar como se processa o discurso jornalístico operado pela publicação. Neste caso, vale ressaltar que,

1 Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

2 Graduando do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: pjb.jefferson@gmail.com.

3 Orientador do trabalho, professor do Curso de Comunicação Social da UFC. Bacharel em comunicação social, habilitação em jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre e doutor em estudos da linguagem pela UFRN. Email: danieldantas79@uol.com.br



para efeito desta análise, entende-se por “Discurso”, aqui, o que Orlandi (2005, p.15-16) chama de mecanismo de construção de sentido, maneiras de significar. E é preciso também entender a própria lógica do jornalismo econômico aperado pelo periódico em questão.

Criado em 1843, o periódico semanal é fruto de uma parceria de grandes empresários, fato que estabelece relação direta com as diretrizes político-econômicas seguidas pelo *The Economist Group*, responsável pela marca *The Economist*. Aberta e posicionadamente, o grupo defende o livre comércio, a baixa intervenção do Estado na economia e o neoliberalismo como política econômica.

“What ties us together is the objectivity of our opinion, the originality of our insight and our advocacy of economic and political freedom around the world [...] Founded in 1843 to support the cause of free trade, The Economist [...] is firmly established as one of the world's most authoritative and influential publications” (THE ECONOMIST GROUPa, 2014)⁴

É possível averiguar, a partir do fragmento supracitado, portanto, as linhas gerais do jornalismo econômico empreendido pela *The Economist*. Embora seja impresso no formato de revista, o periódico se considera um jornal, conforme especificado nos princípios editoriais da publicação (THE ECONOMIST GROUP, 2014b).

O caráter opinativo também é uma característica marcante no conteúdo das publicações veiculadas pelo jornal. Como foi dito aqui, isso se dá especialmente pelo fato de que a própria publicação reforça a “objetividade de sua opinião” e, portanto, o caráter editorialesco de seus textos. No entanto, para Fiorin (2012, p. 57) quando se diz que um texto é objetivo, não se quer dizer que a objetividade faz parte da linguagem, pois não há objetividade na linguagem.

Desta forma, a ideia aqui é analisar em que medida se estruturam todas essas particularidades do jornalismo operado pela *The Economist* para criar um enquadramento específico em relação aos temas abordados em cada publicação. Batenson (1972 *apud* GONÇALVES, 2005, p. 158) explica, por exemplo, que enquadrar significa delimitar um conjunto de mensagens (ou ações significativas) que adquirem sentido na situação partilhada pelos interlocutores.

Assim, como afirma Gonçalves (2005, p. 158), é o enquadramento da situação que organiza a estrutura de sentidos das mensagens e ações que se pretende gerar. E isso é perceptível

⁴ “O que nos une é a objetividade de nossa opinião, a originalidade da nossa visão e nossa defesa da liberdade econômica e política em todo o mundo [...] Fundada em 1843 para apoiar a causa do livre comércio, The Economist [...] está firmemente estabelecida como uma das publicações mais reconhecidas e influentes do mundo”. Tradução do autor.



na forma como se processa o discurso jornalístico nas páginas da *The Economist*.

Essa parece ser uma das principais características do jornalismo econômico empreendido pela publicação. Um jornalismo posicionado, mas “objetivo”, fiel à doutrina neoliberal que defende e com plena consciência da influência que exerce no trabalho de pautar o debate econômico em diferentes partes do mundo.

Metodologia

O foco deste artigo é centrar-se no conteúdo de três reportagens especiais publicadas pela *The Economist* entre 2012 e 2013. A primeira delas *South American integration: Mercosur RIP?*⁵, foi publicada em 14 de julho de 2012; a segunda *The growing Pacific Alliance: Join the club*⁶, publicada em 29 de abril de 2013; e a terceira *Latin American geoeconomics: A continental divide*⁷, veiculada em 18 de maio de 2013. (as três referências aqui devem constar nas Referências no Final)

A escolha das publicações remete ao contexto político e econômico do período em que foram publicadas e ao teor do conteúdo presente em cada reportagem, a fim de criar enquadramentos específicos para o que era noticiado, pois, de acordo com Entman (1993, *apud* GONÇALVES, 2005, p. 162), o

"framing essencialmente envolve selecção e saliência. Enquadrar é seleccionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes num texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito." (ENTMAN, 1993, *apud*, GONÇALVES, 2005, p. 162)

Para efeito desta análise, portanto, opta-se por uma pesquisa qualitativa com base na análise do discurso. A opção pelo método qualitativo, aqui, segue também a lógica de que, por meio dele, é possível que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo as perspectivas dos participantes da situação em estudo e, a partir daí, situe sua própria interpretação dos fenômenos estudados (NEVES, 1996, p. 1).

A delimitação do tempo aqui considerado para a captação das reportagens segue a cronologia das publicações. Também segundo Neves (1996, p. 1), essa delimitação de tempo é

5 Disponível em <http://www.economist.com/node/21558609>, acessada em 27 de março de 2014.

6 Disponível em: <http://www.economist.com/blogs/americasview/2013/04/growing-pacific-alliance>, acessada em 27 de março de 2014.

7 Disponível em: <http://zip.net/bvmYjm>, acessada em 27 de março de 2014.



importante na medida em que especifica os limites do que será estudado, e, desta forma, em que campo a pesquisa será desenvolvida.

Rest in Piece: O olhar da The Economist sobre a nova configuração do Mercosul

Em 14 de julho de 2012, no auge das discussões sobre a suspensão do Paraguai⁸ e a adesão da Venezuela como membro pleno do Mercosul⁹, *The Economist* publicou uma reportagem especial sobre a integração econômica na América do Sul. No título da matéria um questionamento: *Mercosur RIP?*

A pergunta abre precedente para uma importante discussão no que diz respeito à construção de sentidos que perpassa o caráter do texto jornalístico. A começar pelo título. É a partir dele que se lançam as diretrizes para a compreensão da matéria como um todo. Mais do que informar, ele parece abrir caminho para o sentido que o texto pretende construir. Para Guimarães (1995),

"Não são meros artifícios publicitários, mas chaves para a decodificação da mensagem, se convenientemente propostos. Enunciados sucintos de qualquer mensagem, sua interpretação deve ser integrada numa leitura global" (GUIMARÃES, p. 51)

No caso da reportagem aqui considerada, é preciso entender que o uso da expressão “*RIP*”, logo no título da matéria, revela o teor ideológico adotado pelo jornal ao se referir ao Mercosul. *RIP* é uma abreviação da expressão inglesa “*Rest in peace*”, em português “Descanse em paz”, relacionada, portanto, à morte. Assim, ao indagar *Mercosur RIP?*, *The Economist* na verdade joga para os leitores a responsabilidade de responder se o principal bloco comercial da América do Sul não teria “morrido”, ou chegado ao fim.

O jogo de palavras adotado pela publicação revela o que Guimarães (1995, p. 51) chama de função poética e expressiva do título jornalístico que, mais que informar, procura deixar o leitor em dúvida, seduzindo-o e criando expectativas que o levem à leitura do texto. O teor subjetivo da escolha do título pode revelar ainda a própria opinião do jornal no que diz respeito ao que é noticiado.

⁸ País foi suspenso do Mercosul após destituição do ex-presidente Fernando Lugo em 22 de junho de 2012. Representantes do Brasil, Argentina e Uruguai consideraram o impeachment ilegal, pois feria a cláusula democrática prevista no Tratado de Assunção, acordo que formalizou a criação do bloco comercial em 1991.

⁹ Venezuela foi formalmente aceita como membro pleno do Mercosul em 31 de julho de 2012. País já havia sido aceito depois da suspensão temporária do Paraguai em junho. Governo paraguaio era o único do bloco que ainda não tinha votado o pedido de adesão da Venezuela ao bloco, feito em 2006.



Assim, o posicionamento do jornal já na manchete pode refletir o direcionamento que se pretende dar à notícia como um todo. O que fica ainda mais evidente logo na primeira frase da matéria.

“IT WAS such a good idea. In 1991 Brazil and Argentina set aside decades of rivalry and, together with smaller Uruguay and Paraguay, founded Mercosur as a would-be common market.” (THE ECONOMIST, Mercosur RIP, 14 de jul. de 2012)¹⁰

Ao começar o texto com a expressão “IT WAS such a good idea...”, em português “FOI uma boa ideia...”, *The Economist* usa o primeiro verbo no passado e em caixa alta para reforçar o sentido do que noticia diante de quem o lê. Para o jornal, criado inicialmente como uma boa ideia para fomentar a integração na América do Sul e estimular o comércio entre os países membros, o Mercosul chega à segunda década do século XXI sob o risco de falhar.

A partir daí, é importante levar em consideração o contexto político e econômico em que a reportagem foi produzida e de que forma isso mantém correlação com o momento histórico vivido pelo bloco comercial. Para Filho (2009), a

“compreensão do efeito de sentido, do ponto de vista analítico, depende ainda de uma apreensão do contexto, da subjetividade e da história que perpassa esses enunciados em suas condições de produção, para não ser apenas uma descrição.” (FILHO, 2009, p. 13)

Em 14 de julho de 2012, data da publicação da reportagem, completava-se menos de um mês da realização da Cúpula do Mercosul em Mendoza/Argentina, quando o Paraguai foi suspenso temporariamente do bloco após a destituição do presidente Fernando Lugo e a Venezuela incorporada como membro pleno. A decisão gerou uma celeuma política entre os países membros¹¹.

O episódio, segundo *The Economist*, além de gerar um impasse entre os países envolvidos, pode também ser questionável.

“All this was legally questionable. Mercosur’s rules require decisions to be unanimous, with all members given a fair hearing. The envoy of Paraguay’s new government was turned away in Mendoza.” (THE ECONOMIST, Mercosur RIP, 14 de jul. de 2012)¹²

De acordo com o jornal, o problema político gerado com a suspensão do Paraguai

10 “FOI uma boa idéia. Em 1991, Brasil e Argentina deixaram de lado décadas de rivalidade e, junto aos menores Uruguai e Paraguai, fundaram o Mercosul como um possível mercado comum.” Tradução do autor.

11 Desde 2006, a Venezuela solicitou adesão plena ao Mercosul, mas a solicitação não foi aceita pelos congressistas paraguaios, os únicos que ainda não tinham sido favoráveis à adesão venezuelana até o momento.

12 “Tudo isso foi legalmente questionável. As regras do Mercosul exigem que as decisões sejam tomadas por unanimidade, com todos tendo o mesmo poder de voz. O enviado do governo paraguaio foi rejeitado em Mendoza”.



poderia ainda ameaçar a integridade do bloco, quebrando-o em pedaços. Para *The Economist*, a adesão da Venezuela pode esconder ainda outro perigo. O de colocar em risco o sistema econômico neoliberal da região.

“What makes these decisions more perverse is that Venezuela’s democracy is as flawed as Paraguay’s [...]. Mercosur was set up to be a group of liberal democracies advancing free trade in South America. Mr Chávez [...] has variously called for a ‘new Mercosur’, with a dose of ‘political Viagra’ that would ‘decontaminate neoliberalism’ in the block, and instead ‘prioritise social concerns’” (THE ECONOMIST, Mercosur RIP, 14 de jul. de 2012)¹³

Outro problema apontado por *The Economist*, está no que chama de crescente protecionismo estimulado pelos governos de esquerda da região. De acordo com o jornal, *“But under left-wing governments, Brazil and—especially—Argentina have become more protectionist. They have come to see Mercosur as a fortress, rather than a bridge [...]*”¹⁴

Ao se declarar defensor do neoliberalismo e da liberdade política, o jornal aponta que as situações enfrentadas pelo Mercosul podem, portanto, minar o futuro do bloco. *“Mounting protectionism and the rule-breaking admission of Venezuela have fatally undermined a once-promising trade block”*¹⁵

É possível dizer que o discurso adotado pelo jornal nesse caso ajudou, nitidamente, a construir a imagem de um bloco comercial decadente, esgotado, sem grandes perspectivas de melhora e que precisa ser reformulado urgentemente. Para *The Economist*, agora, a configuração do Mercosul é a de um grupo com pouca serventia no mundo duro dos negócios. “Um bloco mais voltado para grandes abraços e beijos entre companheiros”. E uma sugestão para substituí-lo no contexto latino americano seria, portanto, a nova aliança que se formava entre os países da costa pacífica. De acordo com o jornal, *“The fastest-growing part of South America is the free-trading Pacific countries (Chile, Colombia, and Peru), which have shunned full membership of Mercosur”*¹⁶

13 “O que torna essa decisão mais perversa é que a democracia da Venezuela é tão falha quanto a do Paraguai [...]. O Mercosul foi criado para ser um grupo de democracias liberais de avançado livre comércio na América do Sul. O senhor Chávez [...] tem diversas vezes clamado por um “novo Mercosul”, com uma dose de “Viagra político” que “descontaminaria o neoliberalismo” no bloco, e em vez disso “priorizaria as preocupações sociais” Tradução própria.

14 “Mas, sob governos de esquerdas, Brasil e, especialmente, Argentina tornaram-se mais protecionistas. Eles passaram a ver o Mercosul mais como uma fortaleza do que como uma ponte” Tradução do autor.

15 “Muito protecionismo e a adesão ilegal da Venezuela fatalmente minaram um bloco comercial antes promissor.”

16 “A parte que mais cresce na América do Sul são os países do Pacífico livre-comércio (Chile, Colômbia e Peru), que têm evitado a adesão plena do Mercosul.” (THE ECONOMIST, Mercosur RIP, 14 de jun. de 2012). Tradução do autor.



O discurso jornalístico nesse caso ajudou, nitidamente, a construir a imagem de um bloco comercial decadente, esgotado, sem grandes perspectivas de melhora e que precisa ser reformulado urgentemente. E uma sugestão para substituí-lo no contexto latino americano seria, portanto, a nova aliança que se formava entre os países da costa pacífica.

Um novo modelo a ser seguido: *The Economist* e a emergência da Aliança do Pacífico

Criada em junho de 2012, a Aliança do Pacífico se configura atualmente como um novo bloco comercial fundado na América Latina. Atualmente, o grupo tem como países membros Colômbia, Chile, Peru e México, além de Costa Rica e Panamá em processo de adesão.

Com a pretensão de se tornar a maior zona de atração de investimentos da região, a Aliança do Pacífico objetiva ainda abrir uma importante rota de comércio entre a América Latina e a Ásia. Ligado aos princípios neoliberais do livre comércio e da não intervenção estatal na economia, o bloco ganhou destaque nas publicações relacionadas à América Latina veiculadas em *The Economist*. Em 29 de abril de 2013, o jornal publicou uma reportagem na sessão *The Americas* intitulada *The growing Pacific Alliance: Join the club*, em português *A crescente Aliança do Pacífico: Junte-se ao clube*.

Aqui, é importante ressaltar novamente a relevância do título para o sentido e o jogo de significados implícitos que pretende-se atribuir ao texto. Segundo Filho (2009, p. 04), no título há um espaço para o jogo da linguagem com o implícito, o duplo sentido, a intertextualidade.

Assim, quando *The Economist* diz “Junte-se ao clube”, não usa apenas uma estratégia textual para atrair o leitor, na verdade abre espaço para convocar os investidores, governos e interessados em economia internacional a olhar e participar desta nova aliança comercial que se diz promissora.

Especialmente se se leva em consideração a contraposição que o novo bloco poderia fazer ao “estagnado” Mercosul. Para Pêcheux (1997):

“a compreensão do sentido geral pretendido e o efeito gerado só é possível se consideramos o título, como elemento que o locutor-jornalista utiliza para inserir, de fato, o dizer no campo da notícia, para propor um direcionamento específico para a interpretação” (PÊCHEUX, 1997, p.162)

O caráter opinativo positivamente fica claro logo no primeiro parágrafo da matéria.



Aqui, o uso da primeira palavra em caixa alta reforça novamente a intensão do jornal em destacar o que será passado ao leitor.

“WORDS such as exciting, inspiring and intriguing are not often used to describe free-trade agreements, but they are being tossed around liberally in Latin America in a growing number of countries with Pacific coastlines.” (THE ECONOMIST, Mercosur RIP, 14 de jul. de 2012)¹⁷

Ao noticiar as conquistas comerciais obtidas e o interesse de outros países em participar do grupo, *The Economist* parece fazer uso de diferentes vozes no texto para construir o próprio discurso a partir do discurso dos outros. Conforme Santos, esta estratégia pode revelar o posicionamento do jornal diante dos pontos que defende.

"Usando fontes selecionadas para formar as suas próprias opiniões de especialistas, muitas vezes explicitadas nos espaços noticiosos, jornalistas e fontes formam um círculo hermenêutico cujo entendimento tem por missão a articulação de interesses comuns." (SANTOS, 1997, p. 169)

Desta forma, ao usar uma citação do ministro das finanças chileno, Felipe Larraín, afirmando que a Aliança do Pacífico é a coisa ou experiência mais entusiasmante acontecendo atualmente na América Latina¹⁸, o jornal, na verdade, assume para si a responsabilidade de tal declaração. O jogo polifônico, portanto, parece servir para reforçar o posicionamento político assumido pelo jornal no que diz respeito ao cenário econômico e a configuração de blocos comerciais latino americanos.

Implicitamente, ficam também os questionamentos a respeito do papel do Mercosul neste novo cenário e como a América Latina passa a lidar com os distintos modelos de integração que se apresentam no âmbito político e econômico.

Um continente dividido: o antagonismo Mercosul-Aliança do Pacífico

A terceira e última reportagem a ser analisada neste estudo foi publicada em 18 de maio de 2013. Com o título *Latin American geoeconomics: A continental divide*, *The Economist* expõe o possível antagonismo existente entre os dois modelos distintos de blocos comerciais presentes na América Latina.

¹⁷ “Palavras como emocionante, inspirador e intrigante não são muitas vezes usadas para descrever acordos de livre comércio, mas elas estão sendo lançadas livremente na América Latina para um número crescente de países no litoral do Pacífico.” Tradução do autor.

¹⁸ “The Pacific Alliance is “the most exciting thing going on today in Latin America,” according to Felipe Larraín, Chile’s finance minister.” (THE ECONOMIST, Join the club, 29 de abr. de 2013). Tradução do autor.



A discussão sobre a construção do sentido no título na matéria entra novamente em questão, porque, segundo Filho (2009, p. 07), como o sentido também se produz no equívoco do dizer, há abertura para outras interpretações que não só a literal proposta.

Assim, quando *The Economist* diz *A Continental divided*, ou *Um continente dividido* (em português), pretende justamente passar a ideia de uma América Latina dividida entre dois polos de influência. Um que, segundo o jornal, pode revelar o futuro da região, e outro, que carrega os erros do protecionismo e as falhas de um Estado intervencionista. Para o jornal, “*The region is falling in behind two alternative blocks: the market-led Pacific Alliance and the more statist Mercosur*”¹⁹.

Ao começar a reportagem informando a remoção de tarifas em 90% dos produtos comercializados entre os países da Aliança do Pacífico, *The Economist* parece, antes de mais nada, expor o potencial e a força do novo bloco no âmbito regional, especialmente diante da adoção de medidas práticas pelos membros do grupo.

Para o jornal, sob os governos de esquerda que controlam boa parte da América do Sul tem havido muitas conversas sobre integração, mas poucas medidas de fato colocadas em prática²⁰. A partir daí, *The Economist* também passa a fazer claras comparações entre a Aliança do Pacífico e o Brasil, numa analogia implícita com o Mercosul, uma vez que o país é considerado a maior economia e força política do bloco. “*Their (Pacific Alliance) combined GDP is around \$2 trillion—35% of the Latin American total and not much less than that of Brazil, the region’s giant.*” (*A continental divided*, *The Economist*, 18 de mai. de 2013)²¹

O Jornal cita ainda o que chama de abertura regional resgatada pela Aliança do Pacífico e, inicialmente, pensada pelo Mercosul, embora hoje este bloco tenha, de acordo com o jornal, perdido o ideal e se convertido no que deixa a entender por “fronte político”. Conforme a reportagem, Os dois principais sócios do Brasil, e membros do Mercosul, Argentina e Venezuela, têm baixo crescimento, economias controladas pelo Estado e uma política que geralmente flerta com o autoritarismo²².

19 “A região está ruindo entre dois blocos alternativos: a Aliança do Pacífico, mais orientada para o mercado, e o Mercosul, mais estatista.” (*THE ECONOMIST*, *A conyinental divided*, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.

20 “Under the leftist governments that rule in much of South America, there has been plenty of talk of regional integration, but precious little practice of it.” (*THE ECONOMIST*, *A continental divided*, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.

21 “O seu PIB combinado é cerca de 2 trilhões, 35% do total da América Latina e não muito menos do que o do Brasil, o gigante da região.” (*A continental divided*, *The Economist*, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.

22 “Brazil’s two main regional partners, Argentina and Venezuela, have slow-growing, state-controlled economies,



Em um claro jogo de interpretação implícita, o jornal tece uma rede de informações que fornece no decorrer da matéria e que parece criar um esquema de comparações subtendidas. Depois de destacar as medidas práticas adotadas pela Aliança do Pacífico, o jornal cita ainda o interesse de países como Canadá, Panamá e Espanha pelo novo bloco e cita para contrastar: “*In the wider world, Mercosur has signed regional trade agreements only with Israel, Egypt and the Palestinian Authority*”²³

E é diante dessas novas possibilidades de abertura comercial que o jornal reforça a posição privilegiada da Aliança do Pacífico. “*That is the world in which the Pacific Alliance aspires to a growing role.*”²⁴ ou “*In its short life, the Pacific Alliance has proved to be a brilliant piece of diplomatic marketing.*”²⁵

Como conclusão, *The Economist* lembra que é preciso ainda superar o campo da diplomacia e ganhar “substância” de fato. Com o declínio do grande *boom* das *commodities* que beneficiou toda a América do Sul, o crescimento econômico futuro terá de vir da produtividade, do investimento e da eficiência e lembra que é aí que a Aliança do Pacífico pretende chegar. Para o jornal, se o novo bloco conseguir isso será difícil para o Mercosul se igualar ao concorrente na corrida pelo desenvolvimento e a disputa já começou.

Conclusão

Ao se propor a analisar o discurso jornalístico presente em três reportagens do jornal britânico *The Economist*, este artigo pretende abrir novos horizontes para a discussão sobre o papel do jornalismo como mecanismo de criação de sentido, e não apenas como instrumento de informação.

Analisando o *corpus* definido para estudo neste trabalho, é possível dizer que, no caso do periódico *The Economist*, fica nítida, embora não explícita na publicação, a interpretação direcionada que o jornal constrói quando se refere à nova configuração dos blocos comerciais no

and their policies flirt with autarky.” (THE ECONOMIST, A continental divided, 18 de mai. de 2013). Tradução própria.

23 “No resto do mundo, o Mercosul assinou acordos regionais de comércio apenas com Israel, Egito e a Autoridade Palestina” (THE ECONOMIST, A continental divided, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.

24 “Esse é o mundo em que a Aliança do Pacífico aspira a um papel crescente.” (THE ECONOMIST, A continental divided, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.

25 “Em sua curta vida, a Aliança do Pacífico provou ser uma brilhante peça de comercialização diplomática.” (THE ECONOMIST, A continental divided, 18 de mai. de 2013). Tradução do autor.



âmbito da América Latina. O antagonismo Mercosul-Aliança do Pacífico se estrutura no decorrer do discurso jornalístico operado pela publicação a partir de suas próprias posições políticas e ideológicas.

Quando o jornal defende a Aliança do Pacífico como um bloco que resgata os princípios do livre mercado e da baixa intervenção estatal na economia, está na verdade reforçando sua própria ideologia neoliberal, uma vez que se reconhece como uma publicação voltada para o jornalismo de economia defensora da liberdade comercial e contra o protecionismo.

Quando cria uma imagem do Mercosul como um modelo esgotado, demasiadamente voltado para o que chama de interesses de governos de esquerda protecionistas, intervencionistas e, por vezes, anti-democráticos, na verdade, o jornal está também reforçando seu posicionamento ideológico. Além de, nitidamente, “criar realidades” distintas sobre esses grupos comerciais a partir do que é dito e também do não dito.

É válido frisar, no entanto, que esta é apenas uma pesquisa inicial, pois certamente ainda há muito a ser estudado sobre a construção de sentidos pelo jornalismo, sobre a atuação de veículos globais como *The Economist*, com um estilo jornalístico muito peculiar, e sobre a construção do “imaginário real” pleiteado pela atividade jornalística.

Referências

FIORIN, José. (2012). **Enunciação e Comunicação in Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo. Editoracontexto.

FILHO, Fernando. **Conteúdos implícitos em títulos de revistas semanais**. Dito-Efeito ano I, nº 1. Curitiba, 2009.

GONÇALVES, Telmo. **A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo**. Revista Caleidoscópio, Lisboa. n. 5 / 6, p. 157-167, 2005.

GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1995

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. 2 ed. São Paulo: edusp, 2000.

NEVES, José. (1996). **Pesquisa qualitativa - características, usos e possibilidades**. São Paulo, SP:



Cadernos de pesquisas em administração. vol. 1, n° 3, 2° sem. 1996.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi, et.al. São Paulo: Unicamp, 1997.

SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Campinas: Pontes, 1997.

THE ECONOMIST GROUP. Disponível em: <http://www.economistgroup.com/>, acessado em 02 abr 2014.

THE ECONOMIST GROUP. **Editorial philosophy**. Disponível em: retirado de http://www.economistgroup.com/what_we_do/editorial_philosophy.html, acessado em 02 abr 2014