

## LÁ FORA E AQUI DENTRO: A COBERTURA SOBRE O TEMA DA IMIGRAÇÃO NO TELEJORNALISMO<sup>1</sup>

Giovanna Faria<sup>2</sup>  
Liege Scremin<sup>3</sup>  
Elaine Javorski<sup>4</sup>

### RESUMO

Este artigo observa de que forma são tratadas as notícias sobre o tema da imigração por meio de uma análise de conteúdo dos noticiários Bom Dia Brasil e Jornal Nacional durante os meses de maio e junho de 2015. De forma a complementar a discussão, as reflexões teóricas englobam os conceitos de acontecimento midiático e o critério de noticiabilidade “proximidade”, uma vez que a maioria dos temas encontrados no monitoramento se refere a notícias internacionais. Também discute-se os efeitos da influência da televisão na sua audiência. Embora os estrangeiros representem apenas 0,3% da população do país, dados oficiais evidenciam um fluxo importante de cidadãos que buscam residir no país. No entanto, as notícias emitidas pelos telejornais são, em sua maioria, sobre fatos envolvendo imigrantes no exterior. As conclusões apontam para uma invisibilidade do tema no que diz respeito à problemática local da imigração, o que resulta em incipientes discussões públicas sobre o tema.

**Palavras-chave:** Imigração. Valor notícia. Telejornalismo. Acontecimento midiático.

### 1. INTRODUÇÃO

Os cidadãos do mundo sempre estiveram em movimento. Os fluxos migratórios mudam de direção por diversos motivos: crises econômicas, perseguições políticas e culturais, desastres ambientais, conflitos, guerras, problemas sanitários, etc. Mas o principal motivo que

---

1 Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Sociedade, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Graduanda em Jornalismo, Centro Universitário UniBrasil, gika.gmf@hotmail.com.

3 Mestranda em Migrações, Inter-etnicidades e Transnacionalismo, Universidade Nova de Lisboa, liscremin@hotmail.com.

4 Doutoranda em Ciências da Comunicação, Universidade de Coimbra, elainejavorski@hotmail.com.

desencadeia os processos migratórios contemporâneos é o econômico, que leva os cidadãos a deixarem seus países em busca de empregos e melhores condições de vida.

Segundo o relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento de 2009, cerca de 195 milhões de pessoas estão fora de seus países de origem, o que representa 3% da população mundial. Embora a pesquisa mostrasse que 60% desses imigrantes viviam em países desenvolvidos, em decorrência da crise econômica mundial estima-se que a partir de 2010 o fluxo tenha se voltado para os países em desenvolvimento. O Brasil, nesse novo cenário, passou a ser um país de acolhimento de estrangeiros devido, principalmente, à crise econômica global que atingiu os Estados Unidos e países europeus em 2007. Brasileiros emigrados optaram por voltar ao mesmo tempo que o país se mostrava atrativo para estrangeiros de diversos pontos do mundo. Desta forma, no ano de 2011 o número de estrangeiros que chegavam ao Brasil foi superior ao de brasileiros que deixavam o país. Segundo dados do Censo Demográfico 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 286.468 imigrantes viviam no Brasil há pelo menos cinco anos e em residência fixa. O número foi 86,7% maior do que o encontrado pela pesquisa em 2000, quando foram registrados 143.644 imigrantes na mesma situação. Os principais países de origem foram os Estados Unidos (51.933), Japão, (41.417) Paraguai (24666), Portugal (21376) e Bolívia (15.753). Já as cidades que receberam juntas mais da metade dos imigrantes foram São Paulo, Paraná e Minas Gerais, seguidas de Rio de Janeiro e Goiás.

O aumento anual no número de pedidos de visto para estrangeiros no Brasil também é bastante considerável. Segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego, em 2013 foram concedidos 62.387 vistos de trabalho, sendo 2.959 permanentes e 59.428 temporários. As principais nacionalidades que receberam vistos, listadas pelo Conselho Nacional de Imigração, são os haitianos, franceses e portugueses. Em decorrência disso, o número de carteiras de trabalho emitidas para estrangeiros também aumentou. Em 2013 foram emitidas mais de 40 mil carteiras para não brasileiros contra 27 mil no ano anterior, número recorde na última década. Somente para os haitianos foram mais de 11 mil documentos expedidos.

Embora os estrangeiros representem apenas 0,3% da população do país, é cada dia mais notável a presença dos imigrantes nas pequenas e grandes cidades. Notícias de repercussão nacional mostram, inclusive, casos de xenofobia e racismo, o que evidencia que sua presença é percebida pelos brasileiros. Porém, nem sempre a discussão sobre a problemática da imigração desponta nos meios de comunicação. No intuito de verificar se essa hipótese é verdadeira, foram observados telejornais de grande audiência durante os meses de maio e junho de 2015 como

forma de monitorar as notícias sobre estrangeiros que vivem no Brasil<sup>5</sup>. Os resultados preliminares mostraram que havia um número inferior de notícias nacionais sobre imigração em relação às internacionais. Desta forma, mostrou-se pertinente observar sob a referência dos valores notícias, mais especificamente o valor proximidade, os assuntos abordados pelos noticiários. Por isso, a reflexão teórica baseia-se nesse tema, juntamente com questões relacionadas ao acontecimento jornalístico e a influência da televisão na audiência, pois apoiam de forma contundente a pesquisa de campo deste artigo.

## 2. O ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO

O acontecimento midiático pode ser definido como algo de relativa importância que se diferencia do trivial, habitual. Assim, na vida familiar, por exemplo, um acontecimento seria a notícia de um casamento. No jornalismo, o acontecimento é um fato que rompe com a rotina, ou seja, é a matéria-prima da notícia. Quanto menos previsível for, maior a probabilidade de se tornar notícia. Para que se torne um acontecimento, e mereça fazer parte de um noticiário, é preciso que seja um tema atual, uma novidade, e proporcione certo impacto. O fato de ser exibido pelos meios de comunicação adiciona o sentimento de que o caso existiu verdadeiramente. Assim, como observa Rodrigues (1999), uma das regras da prática jornalística é justamente afirmar que a opinião é livre, mas os fatos são soberanos. Por isso, quando ocorre sem conexão com o que precede, há uma ruptura na ordem das coisas. A mídia evita que isso aconteça fabricando consensos (REBELO, 2005). Ainda assim, o fato que não é exposto não deixa de existir, simplesmente não ganha visibilidade e reconhecimento no universo simbólico, embora isso acarrete uma desconfiança quanto à sua existência real. O acontecimento jornalístico é, portanto, um eco de diferentes vozes, como observa Alsina (2003). Quando não é divulgado, essas vozes se perdem em um vácuo onde se juntam aos demais fatos considerados de “menor importância”. Os que “sobrevivem” a essa dinâmica, são ordenados, nomeados e representados pelos discursos dos meios de comunicação. Transformados em notícia, os acontecimentos são selecionados conforme critérios de noticiabilidade. Assim, a própria notícia

---

5 O trabalho é parte do monitoramento de mídia realizado pelos integrantes do grupo de iniciação científica “Representação das migrações contemporâneas na mídia”, do curso de Jornalismo do UniBrasil.

escolhida em detrimento de outras torna-se um acontecimento. O noticiário funciona, portanto, como referência de valores.

Compreendendo os telejornais como “[...] a principal fonte de informação das pessoas sobre o mundo que as cerca” (CARVALHO apud VIZEU, 2003, p.90), e “[...] como o meio mais simples, cômodo, econômico e acessível para conhecer e compreender tudo o que acontece na realidade e como se transforma a sociedade” (VIZEU, 2003, p.3), espera-se que as transmissões desses programas estejam a serviço de seu público. Mas um dos problemas das notícias na televisão é que o público está restrito aos acontecimentos que aquele jornal, emissora e/ou aquela equipe jornalística considerou noticiável. Por mais que hoje, com a internet e as novas tecnologias esteja mais fácil o contato entre os veículos de comunicação e o público, esse último “pode até pautar alguma discussão, mas, ainda assim é escolha do profissional dar espaço à informação identificada” (SOARES; OLIVEIRA, 2007, p.3). E ao redor de todo esses processos jornalísticos não se pode deixar de levar em conta a subjetividade presente em todas as fases da produção de uma notícia, desde a captação dos fatos até a sua transmissão ao público.

### **3. VALOR NOTÍCIA: PROXIMIDADE**

Para determinar se um fato é notícia os profissionais da área de jornalismo se utilizam dos chamados valores-notícia ou critérios de noticiabilidade para selecionar os acontecimentos da realidade e transforma-los em produtos jornalísticos. Para Nelson Traquina (2005), os critérios de noticiabilidade são “um elemento central da cultura jornalística” e têm um papel fundamental no processo de produção das notícias.

Com a diversidade dos veículos de comunicação, a notícia, como elemento central da produção jornalística, “foi tomando formas diferentes para se adequar ao meio em que é difundida. Cada mídia desenvolveu característica própria e assim essa particularidade se estendeu também às notícias” (SOARES; OLIVEIRA, 2007, p.2). No caso dos telejornais que têm uma rotina de produção mais intensa e marcada pelo imediatismo, já que a televisão como um todo está organizada e apresentada dentro de uma dinâmica temporal, o processo precisa ser ainda mais dinâmico, o que “destaca, ainda mais, o papel dos valores-notícia como filtros dos materiais a serem noticiados” (VIZEU, 2003, p. 61). Mas é importante ressaltar que essa filtragem não se limita apenas ao momento de captação dos fatos. “A seleção das notícias é um processo complexo que se desenvolve ao longo de todo o ciclo de trabalho, realizado em diferentes etapas, desde as fontes até o redator, editor [...]” (VIZEU., 2003, p.84).

Além disso, os valores-notícias atribuídos as matérias, também sofrem alteração de acordo com a sua localidade nos blocos do telejornal e até mesmo de acordo com a sua construção, uma vez que a notícia pode virar uma série de reportagem, uma nota simples ou uma nota coberta (SOARES; OLIVEIRA, 2003). Os critérios de noticiabilidade podem ainda variar conforme as inovações tecnológicas, que se tornam cada vez mais presentes, e de acordo com a estrutura organizacional ou física.

Dentre os valores notícias de seleção segundo Traquina (2005), o fator de proximidade é de grande importância, não só quando nos referimos as questões geográficas, mas também as de caráter cultural. Esse critério, para Mauro Wolf (2003), está ligado com a capacidade de um fato ter “impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional”. Dessa forma o público torna-se mais interessado sobre os acontecimentos, que podem vir a influir em suas vidas.

As notícias são culturalmente próximas, se se referem a acontecimentos que entram na esfera normal de experiência dos jornalistas e do público, os que implicam uma esfera partilhada de linguagem e pressupostos culturais comuns [...]. A proximidade geográfica refere-se simplesmente à regra prática da prioridade das notícias internas e que estão à disposição, em relação às notícias externas, de acordo com a sua proximidade em relação ao público (GOLDING e ELLIOT apud WOLF, 2003, p. 203).

Os jornais que mais apostam nesse critério de noticiabilidade são os de âmbito local e/ou regional, que ao dar maior ênfase ao fator de proximidade em suas produções conseguem garantir uma maior audiência e fidelização de seus consumidores. Já os veículos de abrangência nacional, muitas vezes elegem assuntos internacionais em detrimento dos nacionais. O problema desse abastecimento da grande mídia é que acaba por propiciar uma descentralização das notícias. Assim, muitas vezes os grandes veículos não se preocupam em transmitir assuntos relevantes quanto ao critério de proximidade, uma vez que as agências de notícias disponibilizam a cobertura de assuntos internacionais, o que facilita a dinâmica de trabalho dos meios. Para Santos (2005, p. 6), “com a recepção de informação das agências de notícias, os jornais nacionais passam a ditar assuntos repetitivos e oriundos dos países de origem dessas agências que, na maioria das vezes, são etnocêntricas e de pouco interesse para o leitor brasileiro.

#### **4. A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NA AUDIÊNCIA**

A dramatização das notícias é uma característica presente na rotina dos telejornais. O público demanda este tipo de tratamento não somente pela forma de espetáculo que causam

mas também pelo olhar mórbido sobre as imagens reais que os meios oferecem. Esse tipo de atrativo nutre as necessidades de emoção e excitação de uma audiência interessada em fatos inesperados e dramáticos. Zillmann y Bryant (1996) acreditam que a explicação para a violência como atrativo nos meios de comunicação está na satisfação mórbida do telespectador, a exaltação da sensibilidade emocional ao comprovar as reações de rechaço à determinados atos de terceiros, e a comparação social de sua situação com as dos indivíduos que aparecem na mídia. Assim, a audiência pode assistir de forma segura a experiências perigosas, da mesma forma que ocorre com os *reality shows* e os programas de entretenimento que misturam a vergonha e o prazer. Uma vez que resulte bem em termos de audiência, a prática da dramatização é cada vez mais incentivada, já que a publicidade aumenta as receitas e pede a permanência dos números.

Assumindo a perspectiva de que a televisão é uma das principais fontes de socialização dos indivíduos, Gerbner (1996) centra-se nos efeitos a longo prazo de sua influência. Por meio da teoria de cultivo, o autor entende que os efeitos são gradativos e acumulativos e estabelecem na sociedade a seleção de conteúdos, determinando com base neles, sua conduta, atitudes e preconceitos. Para Gerbner, a televisão implanta valores comuns e desenvolve atitudes anti-sociais, pessimistas e até mesmo paranoicas em indivíduos com exposição prolongada frente à televisão. Essas pessoas acabam por construir uma percepção da realidade por meio do que é dito pelo meio de comunicação que é diferente daquela construída pelas outras pessoas. Assim, a realidade social passa a ser semelhante à realidade retratada na televisão. Isso decorre da característica do meio que, ao contar as histórias cotidianas, está sob influência de um processo de marketing e de busca pela audiência, que tem como principal propósito cultivar determinados efeitos nos telespectadores. Uma forma de produzir estes efeitos é a identificação do público com determinados personagens, sejam eles reais ou fictícios. Com isso, incentiva-se a imitação de conduta que não acontece de forma automática e sim por meio de uma análise por parte dos indivíduos sobre as consequências pessoais e sociais dos comportamentos incentivados. Ainda assim, a responsabilidade do indivíduos frente a questões como a criação de estereótipos sociais, por exemplo, é dividida com a mídia.

## **5. OS IMIGRANTES: ANÁLISE DOS TELEJORNAIS**

Para entender como o imigrante é representado na mídia foram verificados nos meses de maio, junho e julho de 2015 os noticiários Bom Dia Brasil e Jornal Nacional, ambos da Rede Globo. A escolha desses telejornais se deve à expressiva audiência nos horários em que vão ao

ar. A amostra consistiu na observação de 43 dias na íntegra dos telejornais, entre segunda e sexta-feira. Foram encontradas 47 peças relativas ao tema migração, sendo 27 no mês de maio e 20 em junho, que incluem não somente matérias relativas aos estrangeiros que vivem no Brasil mas também temas sobre fluxos migratórios em outros lugares do mundo, ou seja, de âmbito nacional e internacional. Não fazem parte da análise as reportagens sobre estrangeiros que não residam ou pretendam residir no país. Desta forma, turistas e profissionais em trânsito no país foram excluídos da pesquisa. A amostra passou por uma análise de conteúdo utilizando variáveis de forma (data, gênero jornalístico, espaço ocupado), conteúdo (personagens apresentados, nacionalidade e situação jurídica do imigrante, tema principal da matéria) e discurso (narrativa, tom e argumentação dominante da peça, fontes) (FERIN, 2012).

O telejornal que dedicou mais visibilidade ao assunto foi o Bom Dia Brasil, com 26 reportagens, enquanto o Jornal Nacional, exibiu 21. Do total, apenas nove tratavam da temas relacionados à imigração no Brasil, sendo quatro sobre o caso do alemão Marcos Muller, que residia no Rio de Janeiro e teve uma explosão em seu apartamento devido à uma má instalação na rede de gás. Em nenhuma das peças foi contextualizada a vida de Muller no Brasil ou deixou a temática da imigração em primeiro plano. Outras três referentes à haitianos (duas do BDB e uma do JN), sua entrada em grande número no país pelo Acre e a transferência de centenas deles para São Paulo; uma relacionada a assaltos em residências de família chinesas em três estados (JN); e uma sobre as comemorações dos 140 anos da chegada dos italianos no Brasil (JN).

Com relação às 38 reportagens internacionais, 18 faziam referência à chegada de cidadãos africanos ao sul da Europa em embarcações e seis sobre a mesma situação que ocorre na Ásia com a tentativa de entrada de imigrantes da Indonésia, Malásia e Tailândia. O fato principal que levou a essa série de notícias aconteceu no final de abril quando um barco com mais de 300 pessoas a bordo deixou países da África e do Oriente Médio para entrar na Europa, fugindo de guerras e da pobreza e afundou no Mediterrâneo. O naufrágio aconteceu um dia após outra embarcação com 700 pessoas afundar na costa da Líbia. Mais de mil imigrantes teriam morrido no mês anterior tentando realizar a mesma travessia. Muitas reportagens seguiram-se a esse fato mas nenhuma relacionando a problemática da imigração forçada com casos ocorridos no Brasil.

A temática geral da imigração é tratada em 11 reportagens internacionais com reportagens sobre criação de cotas para imigrantes pela União Europeia e atualização de políticas de imigração no continente, auxílio de força naval para o combate ao tráfico na Europa, exploração de estrangeiros nos Estados Unidos, apelo do Papa Francisco para abrigar

refugiados, entre outros. As demais peças se referem a assuntos variados como as compras de chineses no Japão, suspeita de tráfico de imigrantes pelo governo australiano, etc.

Embora as matérias internacionais seja encontradas em maior número, a dedicação do tempo dos telejornais é maior quando se trata de assuntos locais. As reportagens sobre os haitianos, por exemplo, passaram de três minutos, o que indica sua importância em relação aos demais assuntos.

Cerca de metade das peças encontradas contextualizam o tema da imigração, mas somente nove falam sobre a vida dos imigrantes e sua situação no país em que se encontram ou que buscam acolhida. Isso demonstra que a notícia é importante mas sua problemática é pouco discutida. Além disso, nenhuma reportagem traz cobertura no país de origem, o que também confirma o interesse pelo drama da viagem e chegada aos países de acolhimento e pouco pelo motivo que leva os imigrantes a saírem dos seus países.

Em relação às fontes, das 38 matérias internacionais, 32 não contavam com nenhum depoimento. Por se tratarem de reportagens não realizadas no local no sucedido, entende-se o uso apenas de informações e imagens provenientes de agência de notícias sem fontes. Já das matérias nacionais, três não utilizavam fontes. Das relacionadas aos imigrantes haitianos, as vozes oficiais dominam a reportagem, embora duas tragam entrevista com os estrangeiros.

## 6. CONCLUSÕES

Os números demonstram o interesse dos telejornais pelo tema da imigração a partir de notícias internacionais. Embora os meses analisados tenham repercutido o grande número de embarcações que chegavam à Europa com imigrantes, é importante observar que durante esse período a problemática da imigração também era assunto (pouco midiaticizado, como a pesquisa demonstra) no país com a chegada dos Haitianos ao Acre. Todos os dias, entre 30 e 50 haitianos embarcam do Acre para o sul e sudeste do país, conforme as próprias reportagens relatam. Mas não há contextualização da problemática e abordagem do assunto pela perspectiva do tráfico humano, utilização de coiotes, e outros problemas pelos quais passam também esses imigrantes para chegar ao Brasil.

A disposição de relatar os acontecimentos internacionais revela que há uma preferência, nesses casos, em noticiar o que está acontecendo nas nações de elite, uma vez que “as ações da elite são, pelo menos geralmente e na perspectiva a curto prazo, mais importante do que as atividades dos outros: isso se aplica tanto às nações de elite como às pessoas de elite” (TRAQUINA, 2005, p. 72). Além disso, existe uma facilidade na veiculação de notícias



internacionais, propiciada pela grande disponibilização de material por parte das agências de notícias. Dessa forma, o critério de proximidade no que se refere à distância geográfica é, muitas vezes, distorcida pelos mecanismos de recolha das notícias (WOLF, 2003).

De acordo com os critérios de noticiabilidade elencados por Traquina, as notícias relevantes seriam as que tratam do tema da imigração no país já que, segundo o autor, quanto mais próximo o acontecimento esteja das pessoas, mais elas se sentirão “parte” daquilo. Além disso, há o critério de relevância, definida por ele como a capacidade do acontecimento incidir ou impactar as pessoas, o país” (TRAQUINA, 2005). A importância do assunto é evidenciada pelos números, já que mais de 40 mil haitianos entraram no Brasil nos últimos quatro anos<sup>6</sup>, mas sua invisibilidade, no que diz respeito à problemática local da imigração, resulta em incipientes discussões públicas sobre o tema.

## 7. REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 2005.

BRYANT, Jennings; ZILLMANN, Dolf (org.) **Los efectos de los medios de comunicación**, Barcelona, Paidós: 1996, p. 583-616.

FERIN, Isabel. **Análise dos media**. Coimbra: Imprensa da Universidade, 2012.

GERBNER, George. **Creer con la televisión: perspectiva de aculturación**. In BRYANT, Jennings; ZILLMANN, Dolf (org.) **Los efectos de los medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 1996, p. 35-66.

MURAD, Angèle. **Os valores notícia na imprensa oligopolizada e multimídia: olhares a partir do newsmaking**. Trabalho apresentando no NP02 - Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05 de setembro, 2002.

REBELO, José. **O acontecimento**. In: Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação, n.6. Lisboa, ISCTE, Casa das Lestras, 2005.

---

6 Jornal da Record, 21/05/2015 - <http://noticias.r7.com/jornal-da-record/videos/governo-planeja-aumentar-quantidade-de-vistos-provisorios-de-trabalho-para-haitianos-21052015>

RODRIGUES, Adriano Duarte. **As Técnicas da Comunicação e da Informação**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

SANTOS, Cíntia Amária, **O processo de alimentação da imprensa interiorana em contraposição ao processo de alimentação da grande imprensa nacional**, 3º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2005. Rio Grande do Sul.

SOARES, Hamistellie Roberta Pinto de Sousa, OLIVEIRA, Jocyelma Santana dos Santos Martins. **A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking**. Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, São Paulo, 2007, <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf>>

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2ª ed., 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 8.ed. Lisboa: Presença, 2003.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre. Edipucrs, 2005.