

De bispo a presidente: construções histórico-midiáticas do presidente paraguaio Fernando Lugo nas revistas semanais brasileiras

Rafael Foletto

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brazil

E-mail: rafoletto@gmail.com

Resumo

No presente trabalho procura compreender as construções histórico-midiáticas realizadas pelas revistas semanais brasileiras a propósito do bispo Fernando Lugo, no seu trajecto de sacerdote até chegar a presidente do Paraguai em 2008, e as repercussões das mesmas nas relações bilaterais dos dois países. A pesquisa teve como principal objetivo identi-

ficar, analisar e problematizar os processos comunicacionais, promovidos pelas revistas semanais brasileiras *Carta Capital*, *Época*, *Isto É e Veja*, totalizando 40 matérias, nos anos de 2007 a 2010, indagando como ocorrem os movimentos de representação simbólica da figura do novo actor político, o presidente paraguaio Fernando Lugo.

Palavras chave: história, media, eleições, imprensa, Fernando Lugo

From Bishop to President: historical and mediatic constructions of the Paraguayan president Fernando Lugo in brazilian weekly magazines

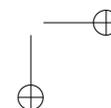
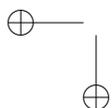
Abstract

This article's purpose is to understand the historical and mediatic constructions made by brazilian magazines about Bishop Fernando Lugo, in its path from priesthood to president of Paraguay in 2008, and the repercussions of those in the diplomatic relations between the two countries. The research identified, analy-

zed and questioned the communication processes promoted by the brazilian magazines *Carta Capital*, *Época*, *Isto É and Veja*, from 2007 to 2010, questioning and problematizing the construction of the symbolic representation of the new political actor, Paraguayan president Fernando Lugo.

Estudos em Comunicação n° 10, 237-254

Dezembro de 2011



Keywords: history, media, elections, media, Fernando Lugo

Introdução – no caminho de Fernando Lugo

SURGINDO como novidade no cenário político latino-americano, Fernando Lugo foi ganhando notoriedade na instância midiática brasileira, não apenas pela sua singular trajetória, ligada à igreja católica e a movimentos sociais populares, mas também pelo conteúdo de suas principais propostas, algumas delas tendo consequências efetivas para as relações bilaterais com Brasil.

Compreendemos que o surgimento no cenário midiático de um novo e importante ator, o atual presidente paraguaio Fernando Lugo, que trouxe consigo o levantamento de questões pertinentes para o futuro das relações bilaterais entre países que são parceiros históricos, no caso, Brasil e Paraguai. Assim, entender a dinâmica da construção da imagem de um líder político e o seu atrelamento a fatos que marcam o processo de integração regional torna-se imperativo.

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, provocando 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 Venezuela, Argentina, Brasil, Bolívia, Uruguai, Equador, Paraguai e, mais recentemente, Peru.

No caso paraguaio, um bispo da Igreja Católica, Missionário do Verbo Divino¹ e fortemente identificado com a Teologia da Libertação, Fernando Armindo Lugo de Méndez², liderando uma heterogênea *Alianza Patriótica*

1. Os *Missionários do Verbo Divino* são uma organização religiosa da Igreja Católica, surgida na Holanda no século XIX, que visa formar e enviar missionários para diversos países do mundo, com o objetivo de pregar o evangelho. Atualmente, existem cerca de 6 mil missionários em todo o mundo.

2. 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

para el Cambio (APC)³ e apoiado por dezenas de organizações políticas e sociais, percorre uma trilha meteórica e triunfa nas eleições presidenciais, no dia 20 de abril de 2008, configurando-se como um caso inédito na turbulenta história política do Paraguai, pois conforme Sánchez:

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. (Sánchez, 2009, p.1)

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 oligarquia econômica e política 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 (Silveira, 2005). 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 amplitude da hegemonia do Partido Colorado e

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.

3. A Aliança Patriótica para a Mudança, força política que elegeu Fernando Lugo, foi composta, ao todo, por 10 partidos políticos (Partido Demócrata Cristiano, Partido Democrata 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 Comunero) 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, instauração de uma justiça independente, recuperação da Soberania Nacional e plano de emergência nacional para os problemas sociais mais urgentes.

forjaram o terreno político para a vitória eleitoral de Lugo, que nunca havia atuado na política partidária.

Sendo assim, a pesquisa intitulada “De bispo a presidente: a trilha de Fernando Lugo em espaços públicos e midiáticos” teve como principal objetivo identificar, analisar e problematizar os processos comunicacionais, promovidos pelas revistas semanais brasileiras⁴, para construir as representações desse novo ator político, o presidente paraguaio Fernando Lugo. Ainda, atentamos para aspectos históricos e simbólicos, inerentes às relações bilaterais entre Brasil e Paraguai, que possam se fazer presentes nessas construções.

Compreendemos a importância da ação das mídias na configuração, ativação e atualização das representações e, assim, 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? Quais são as estratégias de comunicação empreendidas pela mídia impressa brasileira no processo de construção das representações desse ator?

Ainda, outro movimento importante, constitui-se em acercarmos 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 fundamentais 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 chamadas “receitas de bolo” e em contrapartida, oferecendo um olhar transversal para tratar o objeto, as perguntas de pesquisa, os objetivos da investigação, enfim,

4. As revistas que fazem parte do *corpus* da pesquisa são *Carta Capital*, *Época*, *Isto É* e *Veja*, totalizando 40 matérias, nos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010.

para permitir o avanço na construção do conhecimento enquanto prática social.

Um vizinho encenqueiro – ontem e hoje

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, reportando 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.

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

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 repitieron desde finales del siglo XIX. (GIMESTRA, 2002, p.73)

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,

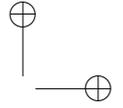
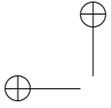
pautando as suas coberturas pela emoção e trazendo a tona “um sistema de representações que é fruto não só da mídia em geral, mas de uma história longa de relações políticas e econômicas entre Brasil e Argentina, marcada, quase sempre, por divergências e conflitos”.

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.

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”.

Pérez González (2008), apresenta uma abordagem centrada nas estratégias de comunicação, enquanto um esquema prévio que fornece suporte para um curso de ação, para a construção de uma determinada visão de mundo. Assim, 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 e tendo a capacidade de compartilhar valores. Igualmente, 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.

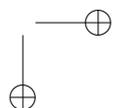
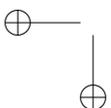
Visando uma abordagem político-econômica da comunicação, sobretudo nas sociedades da América Latina, no sentido de compreender criticamente as estratégias imperialistas de domínio dos sistemas comunicacionais no espaço latino-americano, Armand e Michèle Mattelart (1989), oferecem importantes parâmetros 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.

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.

Segundo Gomes (1999), a cobertura realizada pelas mídias brasileiras na construção dos acontecimentos relacionados a política, pode ser observada segundo a recorrência de duas abordagens distintas – o hiperprotagonismo e o desmascaramento. Desse modo, as notícias enfocam ora a figura do líder político, ora o que estaria por trás das ações do chefe de Estado, seguindo respectivamente esses dois parâmetros.

No caso de Fernando Lugo, quando o foco está na sua figura, há constantemente um movimento que ressalta a sua origem religiosa e outro de atrelá-lo a líderes populistas como Hugo Chávez, Evo Morales e Rafael Correa. Na perspectiva do desmascaramento, ocorre uma abordagem centrada nos supostos interesses que levariam Lugo a tomar certas decisões e empreender determinadas ações que, na construção das mídias brasileiras, quase sempre ferem os interesses nacionais do Brasil.

Trata-se, de um olhar da dinâmica da política, nas sociedades contemporâneas, que está ligado à questão de garantir e possuir visibilidade em tempos de comunicação de massa e, por conseguinte, ter a propriedade de influenciar na formação de agendas públicas. Nesse sistema-mundo de disputa pela esfera pública, o indivíduo ganha maior importância que a comunidade e exerce



o papel de consumidor de decisões políticas, diga-se de passagem, de decidir os seus representantes e líderes no mercado eleitoral e posteriormente acompanhar as agendas e decisões emanadas por eles. Essa visão apresentada por Gomes (1999), em suas diversas pesquisas, contribui tanto para o entendimento da teoria democrática, quanto do papel da mídia na formação das agendas públicas.

A primeira possibilita a compreensão da democracia enquanto um sistema de produção de decisão política, oferecendo uma interessante perspectiva para observar o caso do Paraguai de Fernando Lugo, sobretudo no que tange os antecedentes que o levaram ao poder e ao contexto de suas propostas e deliberações de governo, enfim, a cultura política do país. A segunda proporciona o entendimento das discussões que são levadas a esfera pública, por intermédio das agendas levantadas pela esfera midiática, pois nas democracias contemporâneas, é cada vez mais necessário chegar na esfera pública para atuar nas decisões políticas.

A comunicação de massa também possui significativa importância na questão da visibilidade pública, ao oferecer o acesso para a discussão de agendas políticas. Assim, a esfera midiática se torna um espaço de disputa de visibilidade de agendas, de propostas de deliberação, de ofertas de razões e de cobranças e prestações de contas. Outra instância importante do campo da política que perpassa pela mídia, dentro dessa ótica, é a da imagem pública, que é disponibilizada através do impacto e da duração. Concorrendo assim, os membros do campo político para apresentar na esfera midiática, alto impacto e significativa duração da veiculação da sua imagem, para que possam oferecer a suas agendas políticas ao mercado eleitoral.

Para Gomes (1999, p. 217), a questão visibilidade, perpassa por diferentes aspectos, entre eles “exibição, exposição, mostra, pelo que Habermas chamou de representação, ou seja, apresentação das posições para a obtenção do favor geral”. Nesse sentido, observamos que além de representar Fernando Lugo, como um vizinho encenqueiro, por suas propostas políticas, significativa parcela da mídia brasileira, em meados do ano de 2009, apresentou outro viés para produzir a imagem do presidente paraguaio, através de outro tema que entrou na pauta das revistas, os supostos filhos de Lugo. Nesse caso, não apenas se explicitou estereótipos e preconceitos que povoam o imaginário brasileiro em relação ao Paraguai, como a falsificação, conforme visto ante-

riormente, como também ancorou em uma das mais recorrentes formas de cobertura de assuntos políticos, o escândalo.

Lugo pelo viés do escândalo

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).

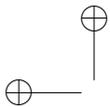
Trata-se de uma perspectiva teórica centrada no conceito de midiaticização⁵, engendrada pelos processos históricos, econômicos e políticos, que configuram formas de vida social e culturas específicas ancoradas em modelos, “nos quais o campo midiático tem um lugar estratégico na configuração das sociedades contemporâneas” (MALDONADO, 2002, p. 6). Ainda, Maia (2006, p. 7), sustenta que a instância midiática ao atuar no campo da política, configura-se como “um dos componentes essenciais para que diferentes grupos, com variada expressão na vida social, possam se construir e interagir de forma ampliada na sociedade contemporânea”.

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 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”.

Schmucler y Mata (1992, p. 62) atentam para um movimento de deslocamento do debate político, que desse modo, passa da praça para plateia. Nesse sentido, a noção de deslocamento trazida pelos autores, busca demonstrar o

5. Ver. MALDONADO, Alberto Efendy *et. al.*

Coletânea mídias e processos socioculturais. São Leopoldo/RS: PPGCC-Unisinos, 2000.



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:

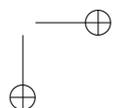
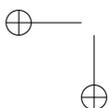
seqüencial, no sentido que uma fase no desenrolar dos escândalos midiáticos é previsivelmente seguida por outra. E o desdobramento dos escândalos midiáticos é entrelaçado por um constante recontar histórias sobre os acontecimentos (ou supostos acontecimentos) presentes no centro do escândalo. (Thompson,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

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, o autor 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.

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

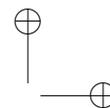


das audiências. Desse modo, o discurso político encontrou nos meios de comunicação de massa, um frutífero espaço de visibilidade, tradução e produção de seus sentidos e ações. A relação entre mídias e política, pelo viés do espetáculo, trata-se, para a autora, de uma constante construção de pactos e 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).

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).

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 à corrupção no país.



Tal construção pode ser visualizada pelos títulos das matérias das principais revistas semanais brasileiras – “Dom Lugo e suas mulheres” (Carta Capital); “**A multiplicação dos filhos**” (Isto É); “**Um, dois, três e aumentando**” (Veja) e, “**Fernando Lugo é o papai da pátria**” (Época). **As abordagens mais representativas desse fato forma realizadas por Época e Veja, conforme podemos observar:**

O tratamento inicialmente cauteloso diante da situação do presidente logo deu lugar a manifestações de escracho. Lugo ganhou apelidos como ‘semeador da pátria’ e ‘pai de todos’ (Época, 27/04/2009).

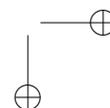
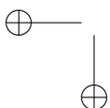
Nunca antes na história do Paraguai – aliás, na de nenhum país – se viu coisa igual: o governo criou uma comissão informal para lidar com os casos de paternidade atribuídos ao presidente Fernando Lugo. Trabalho não vai faltar: em dez dias, apareceram três mulheres com os respectivos luguinhos e corre que mais três vão entrar na fila do DNA. Tem exagerados falando em dezesseis, dezessete filhos; o céu é o limite, quando se trata da fertilidade presidencial. (Veja, 27/04/2009)

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 é imprescindível a problematização de abordagens teóricas que enfoquem a política pela ótica dos escândalos midiáticos, oportunizando uma reflexão acerca de outras estratégias empreendidas pelas mídias para caracterizar, construir e retratar os acontecimentos e fenômenos do campo da política.

Reflexões finais – Lugo no contexto das democracias sul-americanas

Em geral, Fernando Lugo faz um governo dicotômico, levando internamente a avanços nas políticas sociais e no combate à corrupção e, externa-



mente, a conquistas históricas como o acordo com o Brasil e a mediação da contenda entre Colômbia, Equador e Venezuela. No entanto, para alguns movimentos populares, há mais dúvidas que certezas quanto ao governo Lugo.

Justamente essas dúvidas e incertezas compõem o mosaico pelo qual a mídia brasileira prefere apresentar o presidente do Paraguai, caracterizando-o como um governante populista, nacionalista, intempestivo, problemático. Ou ainda pior, explicitando estereótipos e preconceitos que povoam o imaginário brasileiro em relação ao Paraguai, como a falsificação. Acarretando na substituição das questões ideológicas e históricas do debate político pela encenação, bem como do conteúdo pela forma. Enfim, distanciando-se de uma abordagem contextualizada e ampla da complexidade do atual contexto do Paraguai.

É nesse cenário de crise política da América Latina, de governos populistas, de democracias restritas, que o contexto atual do Paraguai e de seu presidente são retratados pela mídia brasileira. Um cenário sombrio para a região, permeado de incertezas e desafios. Seria esse mesmo o presente do Paraguai? Mesmo depois da quebra da hegemonia do poder do Partido Colorado e do surgimento no cenário político de um novo ator, sustentado por uma coalização de movimentos sociais e partidos políticos de centro-esquerda e centro-direita?

Na verdade, apenas a ponta do iceberg da complexa realidade social do Paraguai foi apresentada pela mídia brasileira. Sem, contudo, refletir sobre a conjuntura e o clima de instabilidade que ronda o Paraguai. Bem como do contexto que auxilia a entender e dimensionar os contornos do atual cenário político, social e midiático paraguaio, no contexto das novas democracias latino-americanas (PORTO, 2009).

Observamos que no início do século XXI, a América Latina, por meio dos avanços promovidos por governos progressistas, conseguiu atenuar as consequências causadas pelas políticas neoliberais da década de 1990, que provocaram profundas crises nas formações sociais da região e levaram a maioria dos países do subcontinente a um panorama de “marginalização, economia informal e involução” (Ford, 1999, p. 18). Analisando o contexto latino-americano da década de 1980, García Canclini (2001), reflete sobre elementos que se aprofundaram na década seguinte, sobretudo, o processo de privatização, ocorrido em diversos países da região, que colocou as empresas públicas sob o controle do capital externo:

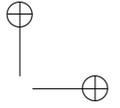
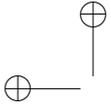
Depois da década perdida para a América Latina, que foi a dos oitenta, durante a qual os Estados cederam o controle da economia material e simbólica às empresas, está claro aonde a privatização sem limites conduz: descapitalização nacional, subconsumo das maiorias, desemprego, empobrecimento da oferta cultural. (García Canclini, 2001, p. 92)

Cheresky (2006), atentando para as bases sociais e políticas do contexto democrático latinoamericano, observa uma mudança em curso no cenário dos países da região, marcada pelo aumento do interesse da população nos assuntos públicos. Nesse sentido:

desde el retiro o caída de los regimenes autoritários que habían proliferado en la región en los años setenta, se había producido una suerte de revolución cultural, que en grados diversos según los países y sectores comportó el inicio o el avance en un cambio en los principios que rigen la vida colectiva y, en alguna medida, en las constmbres. (Cheresky, 2006, p. 72)

Percebemos que faltam algumas peças no mosaico do presente paraguaio trazido pela mídia brasileira. Peças que não obstante, oferecem elementos interessantes para pensar as lógicas e os contextos desse presente, visualizando-o de forma ampla, problematizando e atentando para fatores históricos e simbólicos. Ainda, essa maneira de abordar o presente do espaço latino-americano, de forma distante e pouco reflexiva, tem sido construída constantemente pela mídia brasileira e pouco contribui para a compreensão de temas relevantes, como a integração nacional e as ações afirmativas nesse sentido, como é o caso do Mercosul.

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. 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.



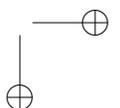
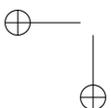
Compreendemos que para que possamos observar sistematicamente os posicionamentos, pensamentos, sentidos, estratégias utilizadas pelas revistas semanais brasileiras, para construir as representações do presidente paraguaio, torna-se necessário levar em consideração o processo comunicacional como um todo, 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.

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.

Por fim, 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.

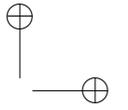
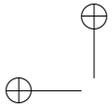
Referências bibliográficas

BONIN, 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.
- BORDENAVE, Juan Díaz. Entrevista. São Leopoldo, 15 mai. 2009. Entrevista concedida a R. Foletto.
- CHAIA, Vera & CHAIA, Miguel. (Org.). *Mídia e Política*. São Paulo: EDUC, 2000.
- CHERESKY, Isidoro. La ciudadanía y la democracia inmediata. In: CHERESKY, Isidoro (comp.). *Ciudadanía, sociedad civil y participación política*. Buenos Aires: Mino y Dávila, 2006. p. 61-108.
- CODAS, Gustavo (Org.) *O direito do Paraguai à soberania*. São Paulo: Expressão Popular, 2008.
- FORD, Aníbal. *Navegações: comunicação cultura e crise*. Rio de Janeiro: UFRJ - Instituto de Filosofia e ciências sociais - Biblioteca Marina São Paulo de Vasconcellos, 1999.
- 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.
- _____. *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.
- GOMES, Wilson. Esfera pública política e media II. In: Rubim, A.A.C., Bentz, I.M.G. & Pinto, M.J. (Eds). *Práticas discursivas na cultura contemporânea*. São Leopoldo: Unisinos, Compós, 1999.
- PÉREZ GONZÁLEZ, Rafael Alberto. *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ariel, 2008.
- PORTO, Mauro. *Media transformation and political accountability in new democracies*. Manuscrito. 2009.
- MAIA, Rousiley & CASTRO, Maria Ceres Pimenta Spínola (org). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

- MALDONADO, 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, Maxwell. *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Buenos Aires: Paidós, 2006.*
- 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? Cordoba: Universidade Nacional de Cordoba-Catálogo, 1992.*
- SILVEIRA, Mauro César. *A batalha de papel: a Guerra do Paraguai através da caricatura. Porto Alegre: L&PM, 1996.*
- _____. *Adesão Fatal: a participação portuguesa na Guerra do Paraguai. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.*
- _____. 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 midiatização da crise aérea brasileira (2006/2007). *Revista Comunicação e Espaço Público, Ano XI, nº 1 e 2, 2008, p. 283-307.*
- _____. *Comunicação e espetáculos da política. Porto Alegre, UFRGS, 2000.*



_____. 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.

