

## O IMIGRANTE EM TEMPOS DE CRISE PELAS NOTÍCIAS DO *EL PAÍS*

Renó, Denis Porto<sup>1</sup>  
Moltefeltro, Michel<sup>2</sup>  
De Paula, Laís Santos<sup>3</sup>

### Resumo

A comunicação reflete a sociedade, que por sua vez é estruturada com base na comunicação, de acordo com o conceito de Contrato de Leitura, do argentino Eliseo Verón (2005). Este artigo é fruto de uma pesquisa exploratória sobre a construção da imagem do latino-americano pelo jornal espanhol *El País*, tendo como recorte de estudo as matérias publicadas em um mês pelo veículo durante a crise que ainda produz efeitos na economia mundial. Para isso, foi adotada como metodologia a análise do discurso, defendida pelos estruturalistas Djik (2002) e Charaudeau (2003). Espera-se, com a conclusão da pesquisa, oferecer conteúdo para o desenvolvimento de novas pesquisas sobre o tema.

### Palavras-chave

Comunicação, Jornalismo, Análise do Discurso, *El País*.

## **Introdução**

O mundo vive uma diversa abordagem sobre imigrantes, em especial na Europa, onde a xenofobia e os processos migratórios são intensificados devido às promessas de qualidade de vida e oportunidades de trabalho. Tal processo xenófobo se agrava a partir do momento em que os países europeus entram em crise econômica e os cidadãos passam a disputar oportunidades de emprego com os estrangeiros.

A comunicação passa, em meio à crise, a discutir temas relacionados ao desemprego na Europa, com indícios de xenofobia. Em diversas matérias, de distintos periódicos europeus, a questão crise se misturou com a imigração, o que provocou uma contextualização na mensagem que nos levou a crer que o discurso destes poderia ser analisado como preconceituoso e xenófobo. A opção desta pesquisa foi o desenvolvimento de uma análise do discurso para confirmar as impressões com relação às mensagens noticiosas produzidas pela imprensa européia.

Escolhemos, então, o jornal *El País* como objeto de estudo, por ser o principal periódico de um país que recebe um expressivo número de imigrantes latino-americanos. Para o desenvolvimento desta pesquisa, definimos como recorte um período da coleta do material para análise, com os jornais publicados entre 19 de abril e 17 de maio de 2009 na editoria internacional. Inicialmente, realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre o jornalismo internacional e o *El País*. Foram adotados os conceitos dos estruturalistas Teun van Dijk (2002) e Patrick Charaudeau (2003).

O artigo justifica-se por ser um tema atual e relevante, pois as discussões sobre crise e xenofobia estão relacionadas com os países considerados ricos e os que sobrevivem deste eixo econômico. Ao mesmo tempo, a mídia tem adotado o assunto como pauta principal, o que torna a discussão ainda mais importante. Também foram discutidos durante o artigo conceitos sobre jornalismo internacional, o que serviu para contextualizar e dar embasamento sobre a temática.

## **A Comunicação Internacional**

De acordo com Traquina (2005: 20), o jornalismo é uma forma de responder às perguntas que as pessoas se fazem diariamente, “o que aconteceu?”, “como foi?”, “onde foi?”, “quem foi?”, “o que está acontecendo no mundo?”, ou seja, o chamado lide.

Basta um olhar distraído aos diversos produtos jornalísticos para confirmar que é uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela criação do mundo em notícias, embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa (Traquina, 2005: 22).

Em uma breve passagem pelos jornais diários, segundo o autor, pode-se ver a vida dividida em seções que vão da sociedade, à economia, à ciência e ao ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros e à televisão, que cobre o planeta com a divisão do mundo em regional, nacional e internacional. “Um exame da maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias em última análise como tudo o que é importante” (Traquina, 2005: 19). Para o autor, existe hierarquia que pode definir a importância entre nacional e internacional. Por isso, se faz importante abordar o que é o jornalismo internacional e como ele surgiu.

Segundo o Oxford English Dictionary<sup>4</sup>, foi na década de 1920 que as pessoas começaram a pensar e a falar sobre mídia. Uma geração depois, na década de 1950, a população do mundo passou a mencionar uma “revolução na comunicação”. No entanto, para Briggs & Burke (2004: 13), o interesse pela comunicação é muito mais antigo. A retórica, estudo da arte de se comunicar oralmente e por escrito era valorizada na Grécia e Roma antigas.

Porém, o surgimento do que hoje é conhecido como imprensa aconteceu, de acordo com os autores (2004: 25), no século XV, com a invenção de uma das máquinas mais importantes para a comunicação até hoje. A prensa gráfica foi construída na década de 1450 por Johann Gutenberg.

A prática da impressão gráfica se espalhou pela Europa (...), Por volta de 1.500, haviam sido instaladas máquinas de impressão em mais de 250 lugares na Europa – 80 na Itália, 52 na Alemanha e 43 na França. As prensas chegaram à Basileia em 1466, a Roma em 1467, a Paris e Pilsen em 1486, à Veneza em 1469, a Valência, Cracóvia e Buda em 1473 e a Praga em 1477. Todas essas gráficas produziam cerca de 27 mil edições até o ano de 1500, o que significa que – estimando-se uma média de 500 cópias por edição – cerca de 13 milhões de livros estavam circulando na Europa com cem milhões de habitantes (Briggs & Bruke, 2004: 26).

O surgimento dos jornais no século XVII aumentou os rumores e a ansiedade sobre os efeitos da nova tecnologia. Ainda de acordo com Briggs & Burke (2004, p. 29), com a invenção da prensa gráfica, ou tipografia, houve um problema. No começo deste período a dificuldade era a escassez de livros e de informação. Já no século, XVI, o que aconteceu foi o oposto. Segundo os autores, “alguns escritores queixavam-se de que havia tantos livros que as pessoas não teriam tempo para ler os títulos”. Para Briggs & Burke, a invenção da prensa gráfica mudou a estrutura ocupacional das cidades.

Uma das conseqüências mais importantes da invenção da prensa gráfica foi o envolvimento intenso dos negociantes no processo de difundir o conhecimento. Para vender mais livros, e lucrar mais, os editores publicavam catálogos e se envolviam com outras formas de publicidade. Somente na Grã-Bretanha estima-se que 15 milhões de jornais tenham sido vendidos no ano de 1792. E o jornal diário, semanal ou bissetimanal era complementado por publicações mensais ou trimestrais, que foram chamadas, posteriormente, de periódicos ou revistas.

Anos mais tarde, no final do século XIX, começo do XX, as pessoas assistiram a uma revolução nas tecnologias de comunicação e informação. O que levou a formação dos meios de comunicação como instituições privadas de alcance global, tanto para o jornalismo quanto para o entretenimento – cultura e diversão. Por causa disso, os meios de comunicação foram se aperfeiçoando cada vez mais para se adaptarem ao mundo que estava se modernizando. Em 1980, por exemplo, a rede de televisão CNN<sup>5</sup>, que hoje é uma das referências em jornalismo internacional começou as transmissões de rede. O fato que a fez ganhar notoriedade foi a cobertura da guerra do golfo, em janeiro de 1991.

### **Jornalismo Internacional**

Segundo Natali (2004: 19), jornalistas de todo o mundo dizem que o jornalismo internacional nasceu em Londres, no século, no século XIX, quando os periódicos impressos ampliavam a área geográfica de interesse e de cobertura em razão da expansão do império colonial britânico. Levando as notícias sobre Londres a outras partes da Inglaterra. Mas de acordo com o autor (2004: 19), esse viés do jornalismo nasceu muito antes disso.

Ainda segundo Natali (2004: 20), Jacob Függer, um dos banqueiros mais importantes da época (séculos XV e XVI) na Europa, morava na cidade de Augsburg, na Alemanha. O banco dele controlava as jazidas de cobre da Hungria e possuía reservas de 4,7 florins, o equivalente a 13 toneladas de ouro. Com tamanha fortuna, ele financiou a campanha de Carlos V para tornar-se imperador na época do Império Cristão do Ocidente. Függer tinha negócios com várias partes da Europa, e para se manter informado do que acontecia em cada lugar, os agentes dele mandavam para Augsburg informações sobre a cotação de determinadas mercadorias nas feiras, do câmbio e ainda dos conflitos existentes nas mais diferentes regiões e que podia prejudicar a economia e os negócios. As notícias eram transmitidas dentro das próprias casas bancárias.

De acordo com o autor, na época do mercantilismo<sup>6</sup> houve uma ascensão do jornalismo internacional. Folhas com notícias de economia e política de toda a Europa eram impressas e vendidas a quem quisesse comprar e não mais circulavam dentro de um mesmo aglomerado comercial e financeiro, como acontecia com a casa de Függer. As informações impressas passaram a ser compradas por grupos indistintos de pessoas que mais tarde seriam chamadas de agentes econômicos.

Pode-se falar quase que de uma epidemia de publicações parecidas que floresceu sobre a Europa na primeira metade do século XVII. Entre 1610 e 1645, esses jornais baseados em informações econômicas e políticas estrangeiras já circulavam a Suíça, Áustria, Hungria, Inglaterra e França (Natali, 2004: 23)

Na segunda metade do século XIX, de 1861 até 1865, a Guerra Civil Americana foi acompanhada por 150 correspondentes de guerra. Os jornais e revistas já estruturados como empresas procuravam obter mais informações com menor custo. A idéia, então, foi a de constituir um local, onde um mesmo repórter ou uma equipe de repórteres pudessem produzir material para mais de um órgão de imprensa. Surge então a agência de notícias.

De acordo com Natali, (2004: 31), em 1865, a agência Reuters, hoje uma das mais respeitadas e conhecidas do mundo, foi quem noticiou primeiro o assassinato do então presidente dos Estados Unidos da América, Abraham Lincoln. A notícia vinha por malotes transportados em navio. Mas como a situação política em Washington estava

tensa, a própria agência interceptou a correspondência do correio, que ainda percorria o litoral da Irlanda, de onde foi transmitida a Londres por um telégrafo.

Para o autor, “as agências deram viabilidade econômica ao noticiário internacional”. Um texto distribuído a centenas de jornais que assinam os serviços de uma agência sai mais barato que um texto produzido e enviado por um correspondente. Com as notícias internacionais, a necessidade de que o jornalista falasse cada vez mais línguas se tornava maior. Atualmente, essa questão não é mais de atualidade pela simples razão de que agências de notícias internacionais como a francesa AFP, a alemã DPA e a italiana ANSA, não dispõem mais de serviços em português. Elas distribuem os telegramas em espanhol. Segundo Natali (2004: 73):

Fluência não significa “entender mais ou menos” ou “quebrar o galho”. É preciso mergulhar a fundo no idioma para captar certas mudanças que não permitirão apenas uma tradução correta, mas também direcionarão nossa própria percepção sobre um acontecimento.

Ainda de acordo com Natali (2004: 95), o jornalismo internacional tem uma característica que não é exclusiva dele. Boa parte das pautas é previsível. Reuniões do Conselho de Segurança da ONU e as negociações que as precedem, conferências temáticas ou regionais, viagens oficiais de governantes ou o jogo de pressões diplomáticas para solucionar algum impasse. Porém, não há previsibilidade quando há acidentes aéreos, agressões militares contra terroristas, atentados, terremotos e crises.

### **Agências de Notícias**

Uma forma comum entre os meios de comunicação que noticiam os acontecimentos internacionais, e que não conseguem ter uma equipe jornalística no local dos fatos, é comprar a informação de uma agência de notícias.

De acordo com a UNESCO<sup>7</sup> (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), as agências de notícias ou da informação são uma empresa que tem principalmente por objeto, qualquer que seja a sua forma jurídica, obter notícias e documentação de atualidades, que sirvam para exprimir ou representar os fatos, distribuindo-os a um conjunto de empresas da informação, e excepcionalmente, as

particulares, mediante o pagamento de determinada importância, de acordo com as leis e usos comerciais, sempre à base de um serviço o mais completo e imparcial possível.

As agências de notícias surgiram no século XIX. Período este, em que houve vários progressos técnicos e científicos na área da impressão, como a invenção da máquina rotativa, do linotipo e do telégrafo.

O surgimento das agências noticiosas data exatamente do período citado acima caracterizado pela transformação da imprensa de opinião em imprensa informativa, mais acessível e generalista. Favorecidas com o progresso tecnológico da comunicação, sobretudo a invenção do telégrafo, que tornou possível a partir da primeira metade do século XIX, a transmissão rápida e a distância de informações. As agências passaram assim a encontrar o seu lugar no campo da mídia.

No nascimento desta nova atividade pode-se citar Charles-Louis Havas. Em 1835, em Paris, arruinado em decorrência da derrota de Napoleão Bonaparte na batalha de Waterloo, partindo de uma premissa de que nenhum jornal teria a possibilidades financeiras para manter uma rede de correspondentes em todos os locais importantes sob o ponto de vista informativo. Ele então transforma o estabelecimento de tradução de correspondência estrangeira, que havia adquirido em 1832, e cria um serviço de difusão de informações, conhecida como Agência Havas. Mais tarde a Havas deu origem a uma das agências de notícias internacionais mais importantes do mundo, a France Presse (AFP). A partir daí começa a história das agências de notícias internacionais em todo o mundo.

Havas marcou a evolução do campo jornalístico. A fundação da agência dele inspirou a criação de outras, dois de seus antigos colaboradores, Wolff e Reuter, fundaram a Agência Wolff na Alemanha (1848) e a Agência Reuter na Inglaterra (1851), respectivamente. Em 1848, uma cooperativa de seis jornais nova-iorquinos fundava a Associated Press.

### **O jornal *El País***

O *El País*, propriedade do Grupo PRISA<sup>8</sup>, é o jornal diário de conteúdo geral com maior difusão e influência na Espanha. O jornal se define como “um diário independente, de

qualidade, vocação europeia e defensor da democracia pluralista”<sup>9</sup>, de acordo com seus primeiros editoriais.

Com sede em Madri, possui hoje oito edições regionais na Espanha. Além de quatro edições internacionais, na Alemanha, Bélgica, México e Argentina, onde se publica uma edição global que é distribuída pela América Latina.

Ao longo de sua história, o *El País* firmou vários acordos de colaboração internacional com jornais da Itália, França, Alemanha, Inglaterra e Estados Unidos. Inovou em vários aspectos jornalísticos, o que ajudou a construir sua imagem de credibilidade e prestígio. Em 1980, foi o primeiro jornal da Espanha a criar um Estatuto da Redação e a figura do ombudsman<sup>10</sup>.

Fundado no dia 04 de maio de 1976, por José Ortega, Jesús de Polanco e Juan Luis Cebrián, o jornal nasceu num período de transição política do regime ditatorial para a democracia. Seis meses após a morte do general Francisco Franco (1892 – 1975), que liderou o período de ditadura na Espanha e presidiu o país por 34 anos. Em sua linha editorial, o *El País* ressaltava defesa à liberdade e apoio a essa mudança política e social<sup>11</sup>.

Em 1977, o jornal cria e publica o “Livro de Estilo do *El País*”<sup>12</sup>. Referência ainda hoje para jornalistas não só espanhóis, mas de diferentes partes do mundo. Apesar de publicado e comercializado, o Grupo PRISA define o livro como um “código interno de redação que recorre além das regras formais de expressão, mas cláusulas de conduta essenciais sobre como os profissionais do diário devem realizar suas tarefas”<sup>13</sup>.

Em 1981, no dia 23 de fevereiro, o jornal ganhou credibilidade após ao 23-F, episódio em que um grupo de guardas civis tentou dar um golpe de Estado contra o Parlamento. Antes mesmo que o Rei Juan Carlos I se pronunciasse na televisão espanhola condenando o golpe, o *El País* publicou uma edição especial do jornal intitulada “*El País, Con La Constitución*”. Foi o primeiro diário que saiu às ruas naquela noite posicionando-se claramente contra a tentativa de golpe, chamando aos cidadãos a manifestarem-se a favor da democracia. Com a criação do Estatuto e a resposta do *El*



*País* em relação ao 23-F, a audiência do jornal aumentou de 843 mil leitores em 1980 para 1,14 milhão de leitores em 1981<sup>14</sup>.

Em 1992, o *El País* foi o primeiro jornal espanhol a imprimir exemplares no exterior, especificamente na França. No ano seguinte, começa a sua publicação diária no México.<sup>15</sup> Para conquistar o novo público latino, o jornal oferece um novo tratamento aos temas de saúde, educação, ciência e comunicação em páginas especiais que se publicaram ao longo da semana.

Em 2000, o jornal inglês *International Herald Tribune* encomendou uma pesquisa feita em 17 países europeus que revelou o *El País* como o nono jornal europeu com maior credibilidade e o quinto em relação à influência exercida nos principais diários do continente<sup>16</sup>.

Em 2007 o jornal passa pela “maior transformação de sua história”<sup>17</sup>, apostando em novos temas, mais fotos e gráficos e uma nova diagramação. O jornal coloca o acento no logo e substitui o histórico slogan. “*Diario independiente de la mañana*”, que o acompanhou desde sua fundação por “*el periodico global de noticias en español*”.

A partir de 2009, o principal objetivo do *El País* é a integração das redações. Segundo o grupo PRISA, a integração prevê promover convergência. Para o grupo, a idéia é tornar o *El País* um grande produtor de conteúdo, tanto impresso quanto online. Mas o objetivo de cortar custos se torna óbvio. Mesmo com a crise, nos últimos três anos, o jornal apresentou um crescimento de 8%. Atualmente, dirigido por Javier Moreno, o *El País* possui cerca de 2,2 milhões de leitores.

### **Considerações finais**

As análises das matérias foram feitas separadamente seguindo o conceito de análise de discurso defendido por Morris (2003).

Foram analisadas todas as matérias publicadas na editoria internacional do jornal *El País* por um mês. O *El País* é o jornal de maior difusão na Espanha e um dos jornais mais influentes da Europa. A forma em que este veículo se refere aos países latino-

americanos e os assuntos que ele aborda sobre essa região constroem a imagem da figura dos cidadãos da América Latina, inclusive dos imigrantes.

Ao total foram publicadas 37 matérias que abordavam o tema no período analisado. Apenas os discursos do tipo mítico e de propaganda não foram utilizados. Todas possuíam o discurso político. Ou seja, todas de alguma forma falavam sobre a política e os líderes de governo da América Latina.

Problemas políticos internos ou externos no país foram tema de 30 matérias. Crises entre países ou entre governo e oposição foram os temas mais frequentes abordados pelo jornal.

Muitas vezes este discurso político foi acompanhado pelo discurso crítico. O discurso crítico é aquele que agrega valores, positivos ou não, e por isso deve ser usado com muito cuidado pelo jornalismo, que deve aproximar-se da imparcialidade o máximo possível.

O discurso crítico esteve presente em 23 matérias. Enquanto o discurso científico, aquele que busca pesquisas, fontes e dados confiáveis foi utilizado apenas em 20 matérias. Ou seja, conclui-se que a opinião do jornal, dos autores e dos entrevistados buscados por eles prevaleceu sobre a essência jornalística que visa mostrar simplesmente os fatos como aconteceram.

Também é possível concluir que o jornal constrói uma imagem de dependência da América Latina em relação aos Estados Unidos, principalmente Cuba. Foram publicadas 13 matérias que citavam de alguma forma, sutil ou não, essa relação de dependência. Apenas de Cuba, foram sete matérias. O jornal se mostrou muitas vezes claramente contra os governos de Cuba e Venezuela, criticando Castro e Chávez.

Os governos das nações latino-americanas foram retratados como esquerdistas e o Brasil como líder na região. Sobre o Brasil houve ainda uma contradição em duas matérias. Uma delas publicou que com a doença de Dilma Rousseff começou uma discussão no Partido dos Trabalhadores e no país sobre uma possível reforma na Constituição para

permitir o terceiro mandato do presidente Lula. Já a outra, publicada poucos dias depois, disse que surgiu um boato e não uma discussão oficial.

Foram abordados também temas como a violência de presos políticos e o narcotráfico em diferentes países do continente.

Por esses motivos, conclui-se que a imagem da população latino-americana é construída sutilmente de forma negativa pelo El País. Abordando apenas temas que mostram as fragilidades do continente, aumenta-se no público espanhol a crença de inferioridade e dependência destes povos em relação às maiores potências mundiais.

### **Referências Bibliográficas**

Briggs, Asa; Burke, Peter (2004). Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet. Asa Briggs e Peter Burke; tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Charaudeau, Patrick (2003). *El discurso de la información: La construcción del espejo social*. Barcelona, Gedisa editorial.

Dijk, Teun A. Van (2002). *Cognição, Discurso e Interação*. São Paulo: Contexto, 4ª ed.

EL País. *Periódico El País*. Disponível em:  
[http://www.elpais.com/fotogalerias/popup\\_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc\\_2&k=breve\\_historia\\_pais](http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc_2&k=breve_historia_pais)  
Acessado em 19/09/2009

GRUPO Prisa. *La renovación de um liderazgo*. Disponível em:  
<http://www.prisa.com/areas-actividad/elpais/>.  
Acessado em 18/09/2009.

GRUPO Prisa. *Periodismo haciendo escuela*. Disponível em:  
<http://www.prisa.com/responsabilidad-social/periodismo-haciendo-escuela/>  
Acessado em 18/09/2009.

NATALI, João Batista. *Jornalismo Internacional*. São Paulo: Contexto, 2004.

OXFORD English Dictionary. *About the Oxford English Dictionary*. Disponível em:  
<http://www.oed.com/about/>  
Acessado em 05/10/2009.

Traquina, Nelson (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2ª Ed.

UNITED Nations. *Number of world's migrants reaches 175 million Mark – Migrant population has doubled in twenty-five years.* Disponível em: <http://www.un.org/esa/population/publications/ittmig2002/press-release-eng.htm>. Acessado em 10/11/2009.

Verón, Eliseo (2005). *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Editora Unisinos.

<sup>1</sup> Jornalista, mestre e doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Brasil), onde investiga sobre comunicação e novas tecnologias, em especial mobilidade e Internet. É professor visitante da Universidade Técnica Particular de Loja (Loja, Equador), onde orienta estudos sobre a mesma temática. E-mail: denis.reno@terra.com.br

<sup>2</sup> Jornalista, graduado pela UNICOC, Ribeirão Preto. Prepara-se para cursar pós-graduação Lato Sensu sobre Jornalismo Internacional. Atua como webjornalista. E-mail: michelmontefeltro@gmail.com

<sup>3</sup> Jornalista, graduada pela UNICOC, Ribeirão Preto. Estudou seis meses na Universidad Rey Juan Carlos, como complemento de sua formação. Atuou como jornalista na Rede Globo de Ribeirão Preto. E-mail: lala\_sdp@hotmail.com

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.oed.com/about/>. Acessado em 05/10/2009. O Oxford English Dictionary (OED) é um dicionário publicado pela Oxford University Press e é considerado um dos mais conceituados da língua inglesa.

<sup>5</sup> Disponível em [http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content\\_id=601301](http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=601301). Acessado em 25/11/2009. O site é do jornal português “Diário de Notícias”. A matéria fala sobre o lançamento de um livro que traz a história rede de TV CNN. Durante a reportagem o jornalista Miguel Gaspar faz um breve histórico sobre a CNN.

<sup>6</sup> Disponível em <http://www.historianet.com.br/conteudo/default.aspx?codigo=746>. Acessado em 06/10/2009. Pode-se dizer que o mercantilismo é um conjunto de práticas adotadas pelo Estado absolutista na época moderna, com a finalidade de obter poder e riqueza. A concepção predominante parte do simples fato de que a riqueza da nação é determinada pela quantidade de ouro e prata que ela [a nação] possui.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://arturaraujo.blogspot.com/2008/04/o-que-agncia-hoyler-o-que-so-as-agncias.html>. Acessado em 13/11/2009. Artur Araujo é professor mestre em jornalismo e dá aulas na Pontifícia Universidade Católica (PUC) de Campinas e possui um blog com os slides das aulas que ministra na universidade.

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.prisa.com/areas-actividad/elpais/>. Acessado em 18/09/2009.

<sup>9</sup> Idem.

<sup>10</sup> Disponível em [http://www.elpais.com/fotogalerias/popup\\_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc\\_2&k=breve\\_historia\\_pais](http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc_2&k=breve_historia_pais). Acessado em 18/09/09.

<sup>11</sup> Disponível em [http://www.revistalatinacs.org/09/art/05\\_804\\_03\\_Brasil/Denis\\_Porto\\_Reno\\_e\\_Ingrid\\_Gomes.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/05_804_03_Brasil/Denis_Porto_Reno_e_Ingrid_Gomes.html). Acessado em 18/09/09

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.prisa.com/responsabilidad-social/periodismo-haciendo-escuela/>. Acessado em 18/09/09.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Disponible em  
[http://www.elpais.com/fotogalerias/popup\\_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc\\_2&k=breve\\_historia\\_pais](http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_aninacion.html?xref=20041011elpepusoc_2&k=breve_historia_pais). Acessado em 19/09/09.

<sup>15</sup> Idem.

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> Disponible em <http://www.prisa.com/areas-actividad/elpais/>. Acessado em 20/09/09.