

ENTREVISTA / STEFANO DE ALESSANDRI - CEO DA AGENZIA NAZIONALE STAMPA ASSOCIATA (ANSA)

Rio: 'Contando os aspectos positivos dessa belíssima metrópole'

CEO da agência italiana de notícias, Stefano de Alessandri fala sobre a imagem do Brasil no exterior

O Correio traz, nesta edição, uma entrevista exclusiva com Stefano de Alessandri, o CEO da Ansa, agência de notícias italiana, falando sobre a imagem do Brasil no exterior, abordando assuntos como economia e turismo, além da trajetória da agência no país.

CORREIO DA MANHÃ – Como é a sua percepção da imagem do Brasil na mídia no exterior?

STEFANO DE ALESSANDRI – O Brasil é percebido na Itália e na Europa como uma democracia estável, que compartilha os mesmos valores culturais, e um país com fortes influências italianas e europeias, como demonstram as comemorações dos 150 anos da imigração italiana no Brasil. Não apenas um parceiro natural, mas um país com o qual a Itália pretende aprofundar os laços, como demonstram as recentes visitas do presidente da República, Sergio Mattarella, do vice-premiê e ministro das Relações Exteriores, Antonio Tajani, de numerosos ministros e a próxima missão da primeira-ministra Giorgia Meloni, em um ano em que as presidências do G7 e do G20 se entrelaçam.

Por outro lado, tendo em vista sua propensão para a tecnologia e o forte desenvolvimento das energias renováveis, o Brasil também foi identificado pela União Europeia como um parceiro estratégico para a transição verde e digital e destinatário de importantes investimentos da UE. A isto somam-se os investimentos do setor privado e de países individuais que, como a Itália, já estudam incentivos importantes para encorajar investimentos em ambos os lados do oceano. Além disso, o BNDES e a União Europeia assinaram uma carta de intenções em julho para fortalecer parcerias destinadas a apoiar o desenvolvimento sustentável e os investimentos no Brasil. Sem falar no novo impulso político para a finalização do acordo comercial UE-Mercosul, de grande interesse para a Itália.

CM – Como a ANSA pode contribuir para o mundo, especialmente Europa e Itália, ter uma visão diversa sobre o Brasil?

SA – A ANSA sempre acompanhou os acontecimentos que unem os dois países, atuando como ponte estratégica e apoiando o Sistema Itália, liderado pelo Embaixador Alessandro Cortese, e nossas empresas presentes no Brasil para ajudar a aprofundar as relações entre a Itália e o Brasil e promover mutuamente a cultura e as oportunidades econômicas.

Graças à colaboração com o Embaixador do Brasil na Itália, Renato Mosca, divulgamos também as ações de seu país na Itália, publicando notícias sobre as recorrentes missões de seus governadores e ministros. Com nossos noticiários e os sites Ansa Brasil (produzido por nossa redação em São Paulo), em português, e Ansa.it America Latina, em italiano, contamos aos nossos milhões de leitores sobre a Itália e o Brasil.

Outra prova da nossa contribuição é a minha recente participação na missão na América do Sul do vice-premiê Antonio Tajani, que quis testemunhar a importância da nossa agência e sublinhar seu papel e presença histórica no continente sul-americano.

CM – O Brasil possui uma das maiores comunidades italianas no mundo. Por que os assuntos da Itália quase não conseguem espaço na imprensa brasileira?

SA – O Brasil é um grande país, envolvido em inúmeras frentes geopolíticas, e a imprensa brasileira está muito concentrada em trabalhar nas principais notícias, como é o caso da italiana. O nosso esforço se concentra justamente na maior difusão das nossas culturas e em alcançar acordos para fazer o mesmo com governos, câmaras de comércio e empresas. Um esforço que renovamos recentemente e no qual estamos apostando com novos investimentos para abrir caminhos e talvez poder levar mais da Itália para a imprensa brasileira.

CM – Não estaria na hora de o Brasil conhecer mais a Itália e as oportunidades econômicas desta relação histórica?

SA – Absolutamente sim. Por isso estou na minha segunda missão em dois anos, e com a responsável na área, Patrizia Antonini, estamos trabalhando para chegar a um número cada vez maior de interlocutores, para nos fazer conhecer e contar como essas duas importantes economias, com laços de sangue históricos, podem proporcionar benefícios mútuos valiosos. A nossa missão é ir além dos estereótipos e preconceitos e contar as grandes riquezas dos dois países e as tantas oportunidades de parceria existentes.

CM – O Rio de Janeiro está no inconsciente mundial como destino de turismo. Como a ANSA pode ajudar a divulgar o Rio, não só a cidade, mas todo o estado?

SA – O Rio de Janeiro é uma cidade maravilhosa, repleta de beleza, oportu-



Stefano de Alessandri, CEO da agência italiana ANSA

“A imprensa brasileira está muito concentrada em trabalhar nas principais notícias, como é o caso da italiana”

Stefano de Alessandri

nidades e cultura como poucas no mundo. No entanto, sua fama foi um pouco ofuscada ao longo do tempo por notícias sobre a criminalidade. Eventos como o G20, que teve o maior número de reuniões na cidade carioca, onde em breve será realizada a cúpula de líderes, contribuem para relançar sua imagem. E a ANSA acompanha esse processo contando os aspectos positivos dessa

belíssima metrópole e contribuindo para promover seu desenvolvimento econômico a partir dos grandes recursos de petróleo e gás, mas também das energias renováveis e do papel como potencial hub global de hidrogênio verde ou azul.

Mesmo em termos de tecnologia, a cidade tem muito a oferecer, dado o elevado número de empresas e startups. Um novo impulso também pode ser dado pelo turismo, por exemplo, por ocasião de feiras ou eventos esportivos, em uma cidade que tem grandes estádios como o Maracanã e outros, e onde as pessoas praticam esportes na praia desde o começo da manhã. Um exemplo seria valorizar a maratona do Rio, tornando-a uma marca global como Carnaval, Réveillon e Rock in Rio. E o estado tem joias para se descobrir, como Paraty, patrimônio mundial da Unesco com suas antigas casas coloniais, ou as 365 ilhas paradisíacas de Angra dos Reis, com suas duas mil praias e todos os locais que não aparecem nos mapas do grande turismo internacional, mas

que merecem ser valorizados e explorados, destacando a gastronomia, as belezas naturais e a cultura.

CM – A ANSA é uma das maiores agências de notícias no mundo. Qual a estrutura dela no mundo e a sua relação com o Brasil?

SA – A ANSA completará em breve 80 anos, tendo sido fundada em 1945 como uma cooperativa cujos membros são todos os publishers dos principais jornais da Itália. Poucos anos após a sua fundação, já contava com escritórios em todo o mundo e principalmente na América Latina. Atualmente estamos presentes diretamente com jornalistas italianos e/ou locais em mais de 50 países e mantemos relações de colaboração ativas com cerca de 80 agências de notícias e fotográficas. Somos o segundo maior acionista de uma das principais redes fotográficas globais, a European Photo Agency (EPA), e temos assento nos conselhos de administração de todas as principais associações mundiais de agências de notícias, como a European Alliance of News Agencies (EANA), a Alliance of Mediterranean News Agencies (AMAN) ou a Minds International.

Produzimos e distribuimos mais de três mil notícias por dia em sete idiomas em todo o mundo e empregamos cerca de 300 jornalistas e o mesmo número de colaboradores e freelancers. Atuamos na Itália com 22 escritórios regionais e estamos presentes com nossa equipe editorial em todas as principais capitais e metrópoles (Rio de Janeiro, São Paulo, Washington, Nova York, Londres, Berlim, Paris, Madri, Moscou, Tóquio, Bruxelas, Buenos Aires e Pequim, só para citar as principais).

A ANSA está presente no Brasil desde 1949, com jornalistas italianos e brasileiros em seu escritório em São Paulo e colaboradores e correspondentes no Rio de Janeiro, Brasília e Rio Grande do Sul. A ANSA possui um portal que atraiu mais de 18,3 milhões de usuários e 130,8 milhões de pageviews em outubro (segundo dados do Google Analytics) e é o primeiro em credibilidade e o quarto em número de visitantes na Itália. Graças ao avançado desenvolvimento tecnológico da agência, o site pode transmitir grandes eventos ao vivo, mas também fóruns de produção própria sobre os mais diversos temas, garantindo alta visibilidade. Entre suas diversas atividades, a ANSA também organiza encontros para valorizar iniciativas públicas ou privadas e edita newsletters sobre temas como transição energética ou digital.

MOLICA

FERNANDO



“Em meio a tantas fake news, o jornalismo ganhou uma importância ainda maior ao fornecer informações corretas e análises que ajudam o leitor a tomar suas decisões.”

Fernando Molica

Carioca, jornalista e escritor, trabalhou em publicações como 'Folha de S.Paulo', 'O Globo', 'O Estado de S.Paulo' e 'Veja' e na TV Globo, CNN e CBN. Recebeu, entre outros, os prêmios Vladimir Herzog e Embratel de jornalismo. Autor de nove livros, entre eles, seis romances, é botafoguense e mangueirense.

No 'Correio da Manhã', Fernando Molica é responsável por duas colunas diárias: um artigo de opinião que trata de cultura e política e o Correio Nacional, que traz em forma de notas curtas, informações exclusivas sobre política, administração pública e universo empresarial.