

Soy Loco por ti America?: Aspectos da Gramática de Produção Jornalística da Revista Veja sobre a América Latina

Milton Júlio Faccin¹

Soraya Venegas Ferreira²

Resumo

As diversas manifestações culturais, as similaridades históricas de países colonizados e de regimes ditatoriais, as intervenções intelectuais e as articulações dos movimentos sociais são, em linhas gerais, fatores que garantem a face latina do continente sul-americano. Eles unem diferentes nacionalidades num sentimento comum, como aquele mostrado em uma das primeiras canções brasileiras a serem gravadas em *portunhol* e intitulada *Soy Loco por Ti America*, que traduzia o desejo de se superar o afastamento natural entre povos de idiomas diferentes. No entanto, esses fatores parecem não reverberar nas manchetes da imprensa brasileira, nem ser o centro dos grandes debates da agenda pública atual. A partir das recentes teorias da notícia, o presente artigo procura desvendar a gramática de produção que rege a atividade jornalística da revista *Veja* quando o assunto é América Latina. Para isso, pressupõe a existência de uma distância político-cultural entre o Brasil e os demais países latinos, que arregimentaria os mecanismos contratuais emissor-receptor do veículo de informação semanal brasileiro. Seja pela diferença linguística, seja por identidade cultural ou até mesmo pelas condições sociais, os noticiários internacionais no país parecem reservar mais espaço para o eixo Europa-Estados Unidos do que propriamente para fatos com uma proximidade geográfica maior. O Brasil da grande imprensa brasileira parece comporta-se, pois, como uma ilha sociocultural no continente latino americano.

Palavras-chave: América Latina. Identidade Territorial. Gramática de Produção. Revista *Veja*.

1 Possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo), pela Universidade Federal de Santa Maria (1988), mestrado (1996) e doutorado (2003) em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente é professor da Universidade Estácio de Sá, já tendo lecionado na Universidade Castelo Branco e Universidade de Santa Cruz do Sul. Tem experiência profissional em Assessoria de Imprensa e acadêmica na área de Comunicação, com ênfase em Análise do Discurso Jornalístico. E-mail: miltonfaccin@yahoo.com.br

2 Possui Pós-doutorado em Teorias do Jornalismo pelo PPGCom da Universidade Federal Fluminense (2010), doutorado (2002) e mestrado (1996) em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora titular da Universidade Estácio de Sá nas graduações de Jornalismo e de Fotografia. E-mail: sosovenegas@yahoo.com.br

Soy Loco por ti America?: Aspects of Journalistic Production Grammar about Latin America in Veja magazine

Abstract

The various cultural events, historical similarities of colonized countries and dictatorial regimes, intellectual interventions and the joints of the social movements in general are factors that guarantee the Latino face of the South American continent. They unite different nationalities in a common sense, like the one shown in one of the first Brazilian songs recorded in *portunhol* entitled Soy Loco por Ti America, which reflected the desire to overcome the natural distance between people who speak different languages. However, these factors do not seem to reverberate in the headlines of the Brazilian press, nor being the center of the great debates of the current public agenda. Based on the recent theories of news, this article seeks to uncover the production grammar ruling the journalistic activity of *Veja* magazine when the subject comes to be Latin America. For that, it presupposes the existence of a political and cultural distance between Brazil and the other Latin countries, which may recruit the transceiver contractual mechanisms of the Brazilian weekly information vehicle. Be either because of the linguistic difference, or because of the cultural identity or even because of the social conditions, international news in the country seem to allow more space for Europe-US axis than properly for the facts with greater geographic proximity. The Brazil of the Brazilian press seems to behave as a socio-cultural island in the Latin American continent.

Keywords: Latin America. Territorial Identity. Production Grammar. *Veja* magazine.

Soy Loco por ti America?: Aspectos de la gramática de producción periodista de la revista Veja acerca de América Latina

Resumen

Los diversos eventos culturales, similitud históricas de los países colonizados y los regímenes dictatoriales, intervenciones intelectuales y las articulaciones de los movimientos sociales en general son factores que garantizan la cara latina del continente sudamericano. Se unen diferentes nacionalidades en un sentido común, como la que se muestra en una de las primeras canciones brasileñas registradas en *portunhol* intitulada Soy Loco por Ti América, que refleja el deseo de superar la distancia física entre personas que hablan diferentes idiomas. Sin embargo, estos factores no parecen repercutir en los titulares de la prensa brasileña, pues no son el centro de los grandes debates de la agenda pública actual. Con base en las recientes teorías de la noticia, este artículo trata de descubrir la gramática de la producción que rige la actividad periodística de la revista *Veja* cuando se trata de América Latina. Para eso, presupone la existencia de una distancia política y cultural entre el Brasil y los demás países latinoamericanos, que reclutaría el transceptor mecanismos contractuales del vehículo semanal de información brasileño. Sea por la diferencia lingüística, sea por la identidad cultural o sea por las condiciones sociales, las noticias internacionales en el país parecen permitir más espacio para el eje Europa-Estados Unidos que a los hechos con mayor proximidad geográfica. El Brasil de la prensa brasileña parece comportarse como una isla socio-cultural en el continente latinoamericano.

Palavras chave: América Latina. La identidad territorial. La gramática de la producción. La revista *Veja*.

1. Introdução

Soy Loco Por Ti America; canção composta por Gilberto Gil, Torquato Neto e José Carlos Capinam em 1966; foi gravada pela primeira vez por Caetano Veloso em 1967. A canção também dá nome ao disco de Gil, lançado em 1987, no qual está acompanhada de outras composições do período em que o cantor esteve no exílio, em função do regime ditatorial brasileiro. Além de ser uma das músicas mais representativas do movimento Tropicalismo, sua letra contém trechos em espanhol e em português. *Soy loco por ti America?*, neste trabalho com um ponto de interrogação, funciona como uma releitura dos valores culturais latino-americanos, com os quais nem sempre o Brasil parece estar alinhado.

Nos anos 60, para aqueles que estavam viciados pelo esteticismo da Bossa Nova ou deslumbrados com o nacionalismo de nossas músicas regionalistas, o ritmo cubano e as palavras espanholas na voz de Caetano podem ter soado estranhos. Assim como, em 2014, podem parecer curiosas algumas manifestações por ocasião do jogo final da Copa do Mundo de Futebol, realizado entre Argentina e Alemanha. Após uma semifinal em que a seleção brasileira sofreu uma goleada de 1X7 para seleção alemã, parte dos brasileiros, em busca de um motivo para torcer na partida final, se negava a apoiar a equipe dos *hermanos* argentinos, que embora próximos geograficamente, são cercados de rivalidades históricas. Daí muitos brasileiros terem optado por pintar seus rostos de vermelho, amarelo e preto, cores da bandeira alemã, ao invés de torcer pela seleção latino-americana vizinha.

Percepções como essas motivaram o estudo sobre a gramática de produção jornalística da revista *Veja* materializada nas reportagens publicadas sobre a América Latina. Aqui, a denominação "latina" carrega uma carga semântica cultural, que evoca o sentimento de pertença a uma identidade comum, diferentemente da vinculação meramente geográfica que a expressão América do Sul comporta. A distância político-cultural entre o Brasil e os demais países da América Latina pode ser medida através da observação dos noticiários internacionais no país. Eles tendem a reservar mais espaço para o eixo Europa-Estados Unidos do que para os fatos ocorridos em países vizinhos, o que nesse contexto, acaba repercutindo na formação da gramática de produção jornalística de qualquer veículo que desejaria cobrir o cotidiano dos povos que vivem nesta parte do planeta.

2. Traços do território latino-americano

Toda identidade territorial resulta da apropriação do espaço social através do imaginário dos seus habitantes (Costa, 1997). Assim surgiram as identidades nacionais, características da Idade Moderna com o advento dos Estados Nação. No entanto, dada a sua configuração simbólica, ela não se restringe aos territórios nacionais, visto ser fruto da construção de um campo cada vez maior de significados, do político ao cultural, das fronteiras entre os povos aos limites do corpo e do afeto entre as pessoas (Mesquita, 1993). Daí o surgimento de novos paradigmas científicos que põem em evidência as mediações simbólicas para as análises das identidades territoriais, bem como para a organização e apreensão do espaço vivido.

Assim, pensar em identidade territorial atualmente passa por pelo menos dois aspectos do espaço geográfico: de um lado, o papel das mediações simbólicas na articulação de narrativas sobre o território e de outro, a existência de uma nova condição de encontros sociais no interior de um espaço territorial específico, que determinaria, a exemplo do que sugere Landowski (1992, p.4), uma nova configuração da consciência coletiva, a medida que o *Outro* que pressupõe a auto-identificação do *Si* estaria hoje em novo estatuto. Ainda que distante, este *Outro* está instalado entre *Nós* tanto física quanto imaginariamente.

Usada para designar todos os países do centro-sul do continente americano, a expressão América Latina compreende mais de 20 nações, que foram colonizadas por potências europeias de idiomas latinos, como o espanhol, português ou francês¹. Conforme o site *Infoescola.com*², a expressão teria sido usada pela primeira vez por Napoleão III no século XIX, na mesma época em que teria surgido a expressão “Europa Latina” para designar os países europeus de língua neolatina. Outras fontes apontam para Michel Chevalier que teria usado a expressão em 1836. Sua utilização foi consolidada com a criação da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), em 1948, pelo

¹ No entanto, países colonizados por Holanda e Inglaterra, no caso de Guiana, Belize e Suriname, não são considerados latinos

² <http://www.infoescola.com/geografia/america-latina/>

Conselho Econômico e Social das Nações Unidas, que popularizou largamente o termo, encontrando respaldo na comunicação midiática.

Pelo seu processo de colonização, é possível pensar que o imaginário coletivo sobre o território latino-americano, segundo Barbosa (2007) oscila entre o oficial e o popular. Enquanto no primeiro caso, a América Latina é fruto do imaginário das grandes cidades, da elite branca do litoral e dos centros econômicos; no segundo, resulta da apropriação simbólica dos rincões, dos sertões, dos pântanos, das montanhas, mestiçagem, negra, índia operária e camponesa.

Embora com suas peculiaridades nacionais, a experiência histórica da formação social dos povos da parte de baixo da fronteira dos Estados Unidos da América fez nascer um sentimento que ultrapassa os limites geográficos dos seus países e unifica seus habitantes em torno de um sentimento de pertença ao território latino-americano. Sant'Anna (2001, p.5), por exemplo, imagina a América Latina como uma grande nação sob controle ibérico, dividida em dois territórios: um espanhol e outro português, com uma herança religiosa vital.

Em se tratando de fronteiras territoriais, Pesavento (2002, p.36) argumenta que há uma tendência de se pensar a fronteira a partir de uma concepção ancorada na territorialidade com desdobramentos políticos. Nesse sentido, segundo ela, a fronteira é antes de tudo “encerramento de um espaço, delimitação de um território, fixação de uma superfície”. Em suma, a fronteira seria um marco que limita e separa e que aponta sentidos socializados e reconhecidos. Nesse sentido, o conceito de fronteira avança para os limites daquela construção simbólica de pertencimento a que chamamos de identidade e que corresponde a um marco de referência imaginária que se define pela diferença.

No caso das fronteiras da América Latina, diferentes fatores contribuíram decisivamente para que os limites nacionais não sobrepusessem as feições latinas no continente. Dentre eles, pode-se destacar o processo de colonização, entre os séculos XVI e XIX, com a imposição da cultura europeia, a migração dos negros traficados desde a África; a resistência das raízes indígenas, a forte migração europeia ocorrida na virada do século XIX para o XX. Cervo (2001) indica a existência de um destino comum que perseguiu os países da América Latina desde o tempo da depressão capitalista. Para ele, de fato, uma vez configurados os espaços nacionais, os governos da região tem orientado suas

ações interna e externa para a meta do desenvolvimento, cujo paradigma expressou a aspiração desses povos, inconformados com a condição de “infância social” em que eram mantidos desde o início do século XIX.

Após a emancipação, o desafio que se impôs aos países da América Latina foi a administração desse destino comum. Dividida em múltiplos Estados, a região, conforme argumenta Cervo (2001, p.19), teve de “lidar com os nacionalismo, propensos a alimentar ambições desmesuradas de presença exclusiva ou de influência preponderante nas vizinhanças”. A administração do destino comum enfrentou as contingências da hegemonia norte-americana sobre a região. Mais adiante, findo o período da Segunda Guerra Mundial, a América Latina sofreu a política dos Estados Unidos de combate ao comunismo, bem como os regimes ditatoriais militares.

Por outro lado, a história contemporânea da América Latina é rica em experiências políticas centradas no questionamento da dependência externa, do subdesenvolvimento e da distribuição desigual da riqueza³. Exemplo disso são os processos históricos citados por Luís Fernando Ayerbe no livro *Estados Unidos e América Latina: a construção de hegemonia* (2002), como é o caso do socialismo, pela via insurrecional, em Cuba e, pela via eleitoral, no Chile com Salvador Allende, o nacionalismo revolucionário na Bolívia, em 1952, e no Peru, em 1968, e o projeto Sandinista na Nicarágua. Como um todo, na região, os velhos problemas se misturam com problemas novos, como é o caso da emigração para os Estados Unidos e para outros continentes, além do narcotráfico que atinge, sobretudo, países andinos como a Colômbia, o Peru e a Bolívia, dentre outros fatores.

3 Os economistas latino-americanos falam da década de 80 como a “década perdida”. Como já se disse, esta expressão contém um tanto de exagero e outro tanto de imprecisão. Mas ninguém duvida que os latino-americanos terminam a década com um pesado sentimento de perda, aliás um sentimento que não se limita, como veremos, a questões econômicas. Os números, em todo caso, são impressionantes. “Ao final de 1989”, diz o economista Gert Rosenthal, secretário-executivo da CEPAL, “o produto médio por habitante na região será inferior em quase 10% ao de 1980, e equivalente ao de 1976”. 3 Na maior parte dos países, agravam-se os velhos problemas do subemprego, marginalidade social, desemprego, queda dos salários, deterioração da qualidade de vida, destruição do meio ambiente, etc. “Estima-se, muito grosso modo, que em 1980 uns 112 milhões de latino-americanos e de caribenhos (36% do total) viviam abaixo do nível da pobreza; essa cifra se elevou a 160 milhões em 1985 (38% da população total)”. 4 O Brasil, com alguns poucos anos de relativo crescimento industrial, sustenta algumas ressalvas em um quadro gerencializado de decadência da América Latina. Pena que o país seja conhecido como caso extremo de desigualdade social, aliás desigualdade crescente no último decênio.

3. Brasil e América Latina: o próximo distante

Embora parte integrante da América Latina, as construções imaginárias sobre o Brasil dificilmente associam a história social do seu povo às narrativas que evocam os traços latinos da sua formação e o sentimento de latinoamericanidade, muito comuns nos demais países da região. Essa constatação torna-se mais evidente a medida em que as narrativas afastam-se das zonas fronteiriças, onde a influência portuguesa ou africana é mais intensa e obstrue a associação do Brasil à categoria de construção da identidade territorial, que é a América Latina.

A exemplo do que afirma Edmundo O'Gorman, no livro *A invenção da América*, de que “a América é e, ao mesmo tempo, não é a Europa (...) condição dramática da sua existência e chave do seu destino”, a autora Maria Lígia Coelho Prado (2004) defende a ideia de que o Brasil é e, ao mesmo tempo, não é a América Latina. Para ela, o país afirmou-se e ainda se afirma como América Latina em diversas e variadas manifestações políticas, mas também nega sua identidade, ignorando, desqualificando e formando estereótipos negativos relacionados ao mundo hispano-americano.

As referências a um Brasil continental nas cartilhas escolares e diferentes construções simbólicas da cultura brasileira já demonstram certo rompimento com o imaginário coletivo da América Latina. Culturalmente, a ideia de integração com o Mercosul não conseguiu ainda atingir os objetivos esperados; do ponto de vista científico, as organizações que promovem a autonomia do pensamento latino-americano ainda tem muito a trabalhar, pois observa-se uma nítida divisão nos congressos. Na área midiática, as produções televisivas de canais internacionais têm uma versão em português para o Brasil e outra em espanhol para o restante do bloco latino-americano. Situação semelhante está em um dos principais prêmios da música mundial, com versão latina, que inclui categorias separadas pela língua. Os ritmos salsa e merengue são muito comuns se ouvir nos países de língua espanhola enquanto o samba é o ritmo brasileiro. Nesse sentido, não é exagero postular que, culturalmente, o Brasil está mais próximo dos Estados Unidos e outros países da Europa que propriamente dos países que compõem a América Latina.

Esse contexto alimenta representações coletivas, fazendo do domínio do imaginário e do simbólico um lugar estratégico para o sentimento de pertencimento de um povo a um dado território. Assim, o imaginário construído

pelas narrativas midiáticas, dentre elas a jornalística, é uma das forças reguladoras da vida coletiva e proporciona novas formas de (re)formular identidades e vivenciar a alteridade. Nesse sentido, as ideias de “narrativa da nação” e de “identidades partilhadas”, defendidas por Hall (2001, p.7), são apropriadas para a percepção que o povo desenvolve a respeito de si mesmo. Ao teorizar sobre a formação das identidades num contexto pós-moderno, o autor entende que o contexto é ao mesmo tempo matéria-prima e objeto das representações. A identidade seria, pois, “o resultado de um processo de identificação que permite que nos posicionemos no interior das definições que os discursos culturais (exteriores) fornecem ou que nos subjetivemos (dentro deles)” (Hall, 1997, p.7); uma relação de duplo fluxo, enfim, em que sujeito e configuração identitária são ressignificados conforme interação entre si e “englobam” um ao outro.

Se considerarmos que a comunicação midiática atual é resultado de uma série de fatores que mudaram vertiginosamente a sociabilidade dos povos da América Latina, em especial na relação com o espaço territorial, então o sentimento de pertencimento dos territórios na contemporaneidade ocorrem tanto pelo surgimento de novos grupos sociais que se formam⁴, quanto pelos novos espaços de mediações que possibilitam a experiência humana. Daí a importância da comunicação midiática, particularmente da imprensa. Isto porque os veículos jornalísticos, como espaço de mediações simbólicas, movem discursividades e estabelecem regimes de visibilidade dos territórios, que, a um só tempo, podem reforçar, atualizar, modificar certos traços da identidade territorial, bem como possibilitar a própria experiência em termos de sociabilidade latino-americana.

4. Campo da visibilidade social

Uma das características das narrativas midiáticas, de modo especial as jornalísticas, é sua capacidade de conferir visibilidade às organizações e sujeitos sociais na medida em que divulgam fatos e opiniões, adquiridas pelo estatuto

4 O tribalismo, por exemplo, tornou-se nos grandes centros urbanos um dos maiores expoentes dessas alterações nas relações sociais pelas quais estamos passando. Tribos bastante diferenciadas como punks, surfistas, *skinheads* ou vegetarianos são expoentes desses novos grupos que se caracterizam pela vontade de estar junto.

da transparência do seu discurso. Assim, quanto mais conhecidas forem essas narrativas, maior será o seu poder de visibilidade junto ao público, uma vez que o domínio das estruturas de produção noticiosa permite a eficácia dos contratos de comunicação, fazendo com que a notícia seja reconhecida mais pelo seu conteúdo e menos pelo seu enquadramento semântico. O estatuto da transparência do discurso jornalístico gera, desse modo, a estabilidade na relação comunicativa entre mídia e público e preenche as expectativas de informação deste, forjadas a partir do contrato com aquela.

Na contemporaneidade, a visibilidade é decorrente das novas formas de representação social surgidas a partir da intervenção dos diferentes dispositivos midiáticos na esfera pública, cuja principal característica é a ampliação da tradicional noção de espaço público. Rodrigues (1990, p.157), por exemplo, atribui a capacidade de visibilidade dos dispositivos jornalísticos ao poder de dessacralização do seu discurso, típico das narrativas noticiosas que transformam os regimes das distintas esferas sociais e culturais, até então privados e secularizados, em regimes transparentes, conhecidos pelo grande público. E uma vez conhecidos, tornam-se objeto de controle desse público, como se este fizesse parte daquele.

Enquanto os diferentes campos da sociedade possuem um domínio específico da experiência transformando seus discursos incompreensíveis e opacos para aqueles sujeitos que não fazem parte do seu corpo legítimo; o campo jornalístico, pelo contrário, tende a tornar os discursos dos campos sociais transparentes e universalmente compreensíveis. Assim, a dessacralização está relacionada intimamente a esse estatuto da transparência do campo jornalístico que, ao contrário da *opacidade* e da *reserva* que definem a especificidade simbólica dos outros campos sociais, é o princípio indispensável à sua pretensão à universalização e à formação de consensos. Por sua competência discursiva de fazer saber, de dar a conhecer a pretensa realidade social, informar, noticiar ações, atos e informações da atualidade para o grande público ou para determinados segmentos desse público, através de veículo de difusão coletiva, traduzindo os acontecimentos dos diferentes campos sociais em uma linguagem simples, coloquial e compreensível; o campo jornalístico estaria, pois, alcançando pretensamente a totalidade da experiência do homem no mundo.

A esta nova forma de visibilidade social, Imbert (1984) alinha quatro fatores pelos quais ela estaria se constituin-

do: a) ostentação dos aparatos de representação (mediatização dos processos eleitorais e da vida política em geral, por exemplo); b) representação dos atores coletivos em suas diferentes encarnações (povo, nação, eleitores projetados nas simulações estatísticas, por exemplo); c) visibilização dos atores sociais através de seus representantes (porta-vozes, instituições, associações, organizações, por exemplo); d) publicação da privacidade mediante um processo generalizado de espetacularização (a cultura de massa como semiocracia, por exemplo).

Como instância de mediação simbólica na atualidade, as narrativas jornalísticas tornaram-se lugar privilegiado de debate público. Assim, empenhadas em produzir significações sobre a realidade, elas dão visibilidade ao debate público sobre temas que tocam, por exemplo, o interesse latino-americano. Aplicada às narrativas jornalísticas, a metáfora do espaço público é encarregada de descrever o processo pelo qual os temas são cada vez mais objetos de informação compartilhados publicamente, através do qual aumenta-se a possibilidade de racionalizar cada vez mais aspectos da ecologia humana. No entender de Fausto Neto (2000, p.94), o espaço público seria o âmbito que se estrutura a partir do conjunto de práticas simbólicas, desenvolvidas por diferentes redes que tomam formatos a partir de diferentes rituais e procedimentos mobilizados pelas competências das instituições nos âmbitos do poder, do saber e do fazer.

Para Rodrigues (1990, p.31), a constituição do espaço público moderno está ligada ao processo de urbanização acontecido a partir do século XVIII, que desencadeou uma radical transformação espacial nos padrões civilizatórios, rompendo com o modelo das sociedades tradicionais, que até então, possuíam seus espaços sociais como lugares não radicalmente diferenciados, nos quais prevaleciam somente as distinções entre o “nós”, definidos pela pertença a uma comunidade espaço-cultural, e o “eles”, os estrangeiros, que não possuíam nomes, nem identidades definidas.

Fausto Neto (2000) atribui à dimensão comunicativa do jornalismo a uma feição central para as instituições do atual momento histórico, servindo de “arma”, através da qual se travam batalhas e se disputam poderes, políticas, verdades. Para ele, a emergência dos novos processos de mediação entre as instituições sociais e as estruturas receptoras de informação faz com que se proceda a um desaparecimento e/ou deslocamento de antigos métodos, por meio dos quais a luta pela questão da verdade poderia ser produzida e/ou disponibilizada. É nesse sentido que as narrativas do

Brasil *versus* América Latina devem ser compreendidas, ou seja, pensar o jornalismo como instância de visibilidade social, espaço público privilegiado de publicização das ideologias, valores e assuntos do cotidiano, orquestrado por um regime privado de funcionamento, como aprofundaremos a seguir.

6. Visibilidade através da gramática de produção

Parte integrante do estatuto da visibilidade social são as denominadas gramáticas de produção noticiosa, conceito formulado por Eliséo Verón (1984), através das quais cada um dos veículos jornalísticos proporcionam aos produtores (jornalistas, fontes, personagens) a formação de certo padrão de produção discursivo, mas também ao público que, uma vez reconhecida a gramática de produção, consome simbolicamente as notícias de forma mais legível e previsível, e imersa no seu contexto sociopolítico e cultural que permite a articulação quase natural dos fatos com a sua visão de mundo.

Diariamente, a chamada imprensa de referência, incluindo as revistas informativas, como é o caso de *Veja* neste artigo, colocam à disposição uma sequência de imagens, palavras e centenas de sinais gráficos sobre um calhamaço de papel cujo sentido pouco a pouco é construído através das suas narrativas noticiosas. Através da mobilização de jornalistas, máquinas, normas gerais, rotinas de trabalho, a imprensa oferece aos seus leitores um texto e se apresenta como voz coletiva, como se fosse um sujeito que, através de seus discursos e é consumido simbolicamente. Significa dizer que as notícias não se produzem no vazio, numa simples lauda em branco, fruto da mera imposição factual do campo social. O fazer jornalístico pressupõe um conjunto de normas, regras, técnicas, rotinas de trabalho, pressões, atores e estruturas todas elas privadas que dão forma a um conjunto de informações sobre o cotidiano que, quando enunciadas, constituem a notícia.

De modo geral, condição de produção está associada àquilo que a tradição marxista define como a infraestrutura econômica na qual as mercadorias são produzidas. A empresa jornalística representa a infraestrutura econômica que dá o suporte material para a produção das notícias e lhe solicita retorno enquanto mercadoria. Neste sentido,

quando se refere aos discursos jornalísticos, condição de produção abarca, além da produção, a forma como se constitui a sua circulação e o seu consumo. Em segundo lugar, condição de produção significa, também, o lugar da construção da realidade, onde se estabelece a produção de sentido. Pinto (1995, p.6) a define como sendo “as cristalizações que conduzem as falas de um diálogo (...) a se estruturar, conforme a finalidade que possuem e a eficácia dos efeitos obtidos”. Assim, o dispositivo jornalístico falaria ao seu leitor, mas este também falaria àquele, através de uma gramática própria.

É inerente à narrativa jornalística a existência de uma tensão entre a notícia e o contexto, a imprensa e suas fontes, além da sua estrutura empresarial. Isso confirma que as condições de produção jornalística incluem, além da produção em si, a circulação e o reconhecimento dos discursos que acabam operando sobre o ato enunciativo. Tais condições de produção acham-se, portanto, não no lado manifesto da notícia, em seu conteúdo informativo em si, mas podem ser capturados através das marcas e traços deixados nos textos. Assim, as vozes que habitam as narrativas jornalísticas provêm de sujeitos socialmente constituídos e inseridos em situações concretas de comunicação. No caso deste artigo, a gramática de produção da revista *Veja*.

Para Verón (1981, p.173) compreender o sentido de um texto não está no conteúdo manifesto, uma vez que “é impossível conceber qualquer fenômeno de sentido à margem do trabalho significante de uma cultura, seja ela qual for e, por conseguinte, fora de uma sociedade determinada”. Compreender o sentido de um texto é entender como se dá seu consumo simbólico a partir de uma gramática que orienta a sua produção. A gramática seria a operacionalização concreta das condições de produção dos discursos jornalísticos, já que segundo Fausto Neto (1991, p.35), “os processos de linguagem não são apenas suportes a serviço da vontade do sujeito, mas ‘campos de forças’, ‘ambiente tencionado’, lugar exclusivo de onde se pode construir o real”. Portanto, o jornalismo não pode ser tomado como lugar de acolhimento dos ruídos da sociedade, como instância de representação, mas como lugar de produção destes ruídos, de construção da realidade, e embora os fatos sociais correspondam a um “índice do real” (Rodrigues, 1990, p.10) ele apenas se constitui no e pelo regime de discursividade adotado pelos dispositivos jornalísticos.

Nesse sentido, as pistas de Fausto Neto (1994, p. 85) são interessantes porque compreendem o conjunto de

normas, técnicas e regras do trabalho jornalístico. Tal conjunto pode ser composto pelas “vozes” internas ao próprio discurso jornalístico, que mobilizam regras de vários campos (convenções gráficas, procedimentos profissionais, estilo, metodologias de reportagens) para construir o cenário discursivo a partir da cena social. Significa dizer que a produção da notícia é também condicionada por um conjunto de regras, normas, técnicas e poderes específicos do campo jornalístico, capaz de operar a própria construção dos sistemas de representação, que se estabelece na fase produtiva das notícias.

Tais considerações colocam em evidência o papel do receptor no processo produtivo das notícias. Para Fausto Neto (1994, p. 210), o receptor consome um volume de informações mediante as “inteligibilidades sobre a noção de atualidade”, construídas pelos dispositivos jornalísticos. Assim, se sepulta a ideia de que o receptor é permanente vítima do processo de comunicação. Em termos de expectativa do jornalista produtor das notícias, haveria uma aposta na manutenção de um contrato não explícito para manter o vínculo emissor-receptor, pela gramática de produção. Isso permitiria uma aproximação do dispositivo jornalístico com o universo da recepção, na medida em que as condições de produção mobilizam mecanismos criados de maneira particular, levando-se em conta sempre uma proposta de recepção.

7. A revista *Veja* e o território latino-americano: sobre o

Publicada pela Editora Abril desde 1968, a revista *Veja* coloca-se no campo das revistas semanais, como a mais importante do país em termos de tiragem e a quarta do mundo. Em suas diversas campanhas publicitárias, o periódico apresenta-se discursivamente como “os olhos do Brasil” ou simplesmente “indispensável”, como enuncia um dos seus *slogans*. Voltada para as classes A e B, formadora de opinião, a revista comemora seus aniversários reafirmando em termos textuais seu compromisso com o desenvolvimento do Brasil e coloca-se em pé de igualdade com as lideranças políticas que o constroem. Um dos exemplos disso ocorreu na edição comemorativa dos 40 anos da publicação, publicada em setembro de 2008. Na ocasião, os editores da revista convocaram líderes políticos para um seminário,

cujo objetivo, além de comemorar suas quatro décadas no mercado jornalístico, era o de elaborar 40 propostas para o país. A linha editorial de *Veja*, materializada discursivamente ao longo da publicação, mas especialmente em suas capas, acaba por colocar a revista no centro de diversas polêmicas, sobretudo quando o assunto destacado é situação política nacional.

Para esse artigo, utilizou-se o acervo digital da publicação para explorar as capas que tratam da América Latina em geral, bem como trazem notícias ou temas relacionados especificamente a países localizados geograficamente nesse território. Como complementação, investigou-se o funcionamento do site e de seus sistemas de busca e filtragem que conduzem o leitor/internauta aos assuntos latino-americanos. Segundo a pesquisa de Mariana Rogick (2014), a execução do projeto de digitalização do acervo *Veja* levou quase um ano e envolveu mais de 30 profissionais, num processo que incluiu o desgrampeamento de mais de duas mil edições, a fim de escaneá-las sem causar danos aos originais. Quando o site foi lançado, em dezembro de 2008, cerca de 350 mil páginas estavam disponíveis para consulta, gerando algo em torno de nove milhões de arquivos que compõem o acervo digital da revista. O site é resultado de uma parceria com a Digital Pages, e contou com o apoio do Banco Bradesco para sua viabilização.

No ambiente digital, há inicialmente dois filtros de navegação, o primeiro permite que o pesquisador consulte as edições periódicas da revista ou ainda as edições especiais. Essa interface mostra duas linhas do tempo (tanto para edições periódicas quanto para edições especiais), sendo a primeira por ano e a segunda por mês. Numa análise comparativa entre os acervos digitais do *Jornal do Brasil* e de *Veja*, feita pelo site *bibliotecno.com.br*, houve destaque para eficiência da busca avançada e para a precisão na localização de palavras no texto da revista, uma vez que as alterações tipográficas não foram tão significativas quanto as dos jornais. Ademais, há destaque para o que os avaliadores apontam como principais diferenciais entre os dois arquivos: a existência de uma pesquisa sugerida, agrupando 34 grandes temas e de uma lista dos textos mais lidos.

Com base nas linhas de tempo – anuais e mensais – foram identificadas as capas que tinham como temática a América Latina ou destaque para alguns dos países que a integram (a exceção do Brasil). O recorte temporal escolhido restringiu-se ao novo século, buscando edições entre janeiro de 2000 e agosto de 2015. Para completar o quadro

de análise, foram testados os mecanismos de busca disponíveis no site <http://veja.abril.com.br/acervodigital/>, a saber “busca no acervo”, “busca avançada”, “busca sugerida”, “busca na edição” e “mais lidos”. Nem todos os mecanismos funcionam (problemas foram encontrados em “busca sugerida” e “mais lidos”. Na opção “busca avançada”, assim como em ferramentas semelhantes, é possível fazer o refinamento utilizando as expressões entre aspas. Ainda nesta opção de busca temos os seguintes parâmetros: ‘expressão exata’; ‘qualquer uma das palavras’; ‘sem as palavras’; ‘com todas as palavras’. O filtro ‘busca na edição’ funciona de modo semelhante em edição específica.

8. Observações sobre a América Latina pelas capas e mecanismos de busca de *Veja*

A guisa de exemplo, ao utilizarmos o mecanismo de “busca no acervo”, escolhemos inicialmente a expressão “América Latina”, usada entre aspas. Como resultado, obtivemos 4705 ocorrências nos mais de 45 anos da revista. Percebemos que a revista prioriza a identidade cultural (face latino-americana do continente) em detrimento da configuração geográfica, pois ao testarmos a expressão “América do Sul”, há uma queda significativa no número de menções, passando para 1655 ocorrências.

No sentido de perceber a importância dos países latino-americanos isoladamente, bem como estabelecer alguma relação numérica entre as ocorrências, para compará-las à incidência dos termos ligados ao eixo Estados Unidos-Europa, continuamos a busca. “Cuba”, por exemplo, embora não esteja localizado na América do Sul, está associado ao sentimento latino-americano e aparece significativamente nas capas, mostra 2765 ocorrências. Ao pesquisarmos os países sul-americanos, que mais ocuparam as capas entre 2000 e 2015, ou seja, Argentina e Venezuela, chegamos respectivamente a 7281 e 2087 ocorrências. Os números são muito diferentes quando se trata da Europa ou dos Estados Unidos. São encontrados 13025 registros da palavra “Europa”, enquanto há 9726 para sigla “EUA” e 43450 para a expressão “Estados Unidos”. Ao somarmos as ocorrências de “EUA” e de “Estados Unidos”, chegamos a mais de 52 mil ocorrências, o que representa mais de 50% das ocorrências do termo “Brasil”, que aparece 90736 vezes. Esses

dados numéricos são indicações preliminares da importância que a revista atribui a determinados países ou regiões.

Essa busca poderia continuar infinitamente, mas nos despertou a curiosidade de, a partir das capas, encontrar ainda as ocorrências dos nomes de alguns líderes latino-americanos. Hugo Chávez, da Venezuela, foi o presidente que mais apareceu nas capas. Com a ajuda do mecanismo de busca (“Chávez), foram encontradas 952 menções. O segundo presidente (a exceção dos brasileiros) mais presente nas capas do período foi Fidel Castro. A busca pela palavra “Fidel” nos mostrou 1610 ocorrências, número bem superior ao do presidente venezuelano, com cuja figura algumas vezes foi associado nas capas. Esses números são bastante tímidos, quando buscamos as lideranças brasileiras: O termo “Lula” aparece 8432 vezes, enquanto “Dilma” ainda não chega nem perto, com apenas 1779 ocorrências. No que diz respeito ao eixo Estados Unidos-Europa, o termo “Obama” foi identificado 862 vezes, enquanto “Merkel” (referente a Ângela Merkel, chefe do governo alemão) é encontrado 101 vezes pelo mecanismo de busca.

Depreende-se, portanto, que as lideranças ligadas a regimes ditos “de esquerda” têm um número superior de menções, que numa observação rápida, são carregadas de qualificações negativas. Chama-nos ainda a atenção que, dentre os mecanismos de busca, aqueles que fazem ranking, situando “os mais lidos” e as “páginas mais ampliadas”, ao observar os dez elementos mais citados em cada uma das categorias, há destaque para a primeira edição de 1968 e, não há qualquer tema referente à América Latina.

Com base nesse primeiro (e breve) levantamento podemos ter ainda outras percepções sobre o tratamento dos países da América Latina (ou do Sul) nas capas de *Veja* nos últimos 15 anos. Percebe-se que o continente não é tratado como bloco. Quando por ventura isso ocorre, ou é para que o Brasil se apresente como liderança, como ocorre na capa de setembro de 2000 (fig. 1), colocando-se em alinhamento com a postura norte-americana ou para alertar para ameaça de Chávez enquanto uma possível liderança do continente, como ocorre em algumas capas. (fig.2 e fig.3)



Fig. 1 – setembro de 2000



Fig. 2 – maio de 2007

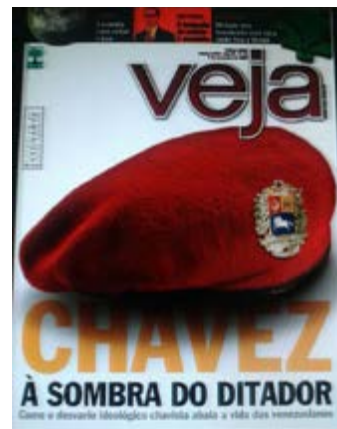


Fig. 3 – novembro de 2007

Outro ponto a ser destacado é que o continente não ocupa a agenda de capa da revista. Os países, mesmo que separadamente, são pouco apontados. Quando surgem nas capas não aparecem como “hermanos”, mas sim como ameaça. Dois casos são emblemáticos seja de fracasso através da comparação da situação econômica brasileira com a da Argentina nos primeiros anos da década de 2000 (fig. 4), ou o vizinho é encarado como um inimigo, associado à ameaça de lideranças de esquerda, cujo poder é apresentado ilegítimo, na medida em que o presidente venezuelano Hugo Chávez é apresentado ora como um boneco, ora como apenas uma cópia, que fica à sombra de Fidel Castro, líder cubano (Fig. 5 e Fig. 6)



Fig. 4 - junho de 2002



Fig.5 - maio de 2005



Fig.6 - dezembro de 2007

Separadamente, os países que ainda recebem algum destaque na conjuntura político-econômica do continente são Argentina e Venezuela. Cuba é, por vezes, percebido como integrante na América Latina, especialmente na medida em que encontrava reflexos no regime político venezuelano. Os demais países do continente não fazem parte da agenda destacada nas capas da publicação, que nos últimos sete anos, consegue que os assuntos referentes à América Latina sejam ainda mais apagados nas capas. Não há referências a Evo Morales ou Cristina Kischner. Nem durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014, a situação se alterou. Apesar de finalista, a seleção argentina não ocupou espaço na capa da revista.

Percebe-se a política editorial do periódico como alinhada aos ideais norte-americanos, na medida em que os regimes de orientação socialista são tratados discursivamente como ditatoriais e, como tal, são duramente criticados. O Brasil, salvo quando é representado através de uma imagem de uma ave pequena ou, então, por um canário enfurecido (Fig. 7), se alinha com a postura e com os interesses norte-americanos. Sendo assim, como pontuávamos, o

Brasil é apresentado muito mais como integrante de um bloco mais global, aliado aos Estados Unidos, do que como um país integrante ou mesmo como uma liderança importante do bloco latino-americano.

Dois outros pontos curiosos ainda foram identificados com base na observação as capas: Os militares ainda no terceiro milênio recebem da publicação o status de autoridade para opinar em *Veja* sobre assuntos que dizem respeito ao Brasil e à América Latina (fig.8) e as tragédias que ocorrem em solo latino-americano, tais como os mineiros resgatados após 33 dias presos numa mina chilena, são tratadas como tragédias, que poderiam ter acontecido em qualquer parte do mundo. Não há um tratamento discursivo específico por se tratarem de habitantes de países vizinhos (Fig. 9).



Fig.7 – outubro de 2003



Fig.8 – novembro de 2007



Fig.9 – setembro de 2010

9. Em conclusão

Pela gramática de produção das notícias da revista *Veja*, é possível perceber que as narrativas sobre a América Latina põe em evidência alguns países, governos e temas em detrimento de outros. As construções imaginárias ainda são insuficientes para uma narrativa que consiga absorver toda a diversidade da formação do povo latino-americano e assim construir de modo eficaz o sentimento de pertencimento ao seu território. Em *Veja*, a expressão América do Sul é mais lembrada, talvez pelo seu caráter mais geográfico e político, enquanto a expressão América Latina evoca uma noção cultural a qual as sociedades nacionais, em especial a brasileira, fazem questão de refutar.

10. Referências

AYERBE, Luís Fernando. *Estados Unidos e América Latina: a construção de hegemonia*. São Paulo: Unesp, 2002.

CERVO, Amado Luiz. *Relações internacionais da América Latina: velhos e novos paradigmas*. Brasília: IBRI, 2001

COSTA, R. H. *Des-territorialização e identidade: a rede “gaúcha” no nordeste*. Niterói: EDUF, 1997.

FAUSTO NETO, Antônio. Mortes em derrapagens. *Os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

FAUSTO NETO, Antônio. O telespectador-postal: estratégias de reconhecimento da TV Escola. In: FAUSTO NETO, A. et al. (org). *Mídia e processos socioculturais*. São Leopoldo: EDIPUCRS, 2000. p. 79-99.

IMBERT, Gerard. Sujeto y espacio público en el discurso periodístico de latransición: hacia una socio-semiótica de los discursos sociales. In: GALLARDO, M. A. Garrido (Ed.). *Semiótica: lenguajes y textos hispánicos*. Madrid: CSIC, 1984.

- LANDOWSKI, Eric. *Presença do Outro: ensaios de sociossemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- MESQUITA, Zilá. Do Território à Consciência Territorial. In: MESQUITA, Zilá; BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Territórios do Cotidiano: uma introdução e novos olhares e experiências*. Porto Alegre/Santa Cruz: UFRGS/UNISC, 1995. p.76-92.
- MARTINS, Maria Helena. Além das Fronteiras. In.: Maria Helena Martins (Org.) *Fronteiras Culturais, Brasil, Uruguai, Argentina*. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.
- MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal*. Da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- PESAVENTO, Sandra J. Além das fronteiras. In.MARTINS, Maria Helena (org.). *Fronteiras culturais Brasil, Uruguai, Argentina*. Porto Alegre:Atelie Editorial, 2002.
- PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso: Introdução à análise de discurso*. 2ª edição. São Paulo: Hacker editores, 2002.
- PRADO, Maria Lúcia Coelho. *América Latina no século XIX, tramas, telas e textos*. São Paulo: Edusp, 2004.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da Comunicação*. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade. Lisboa: Editorial Presença, 1990.
- ROGICK, Mariana. *Novas tecnologias e memória: um estudo sobre o Acervo Digital de Veja*. Monografia de Conclusão do Curso de Jornalismo. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá. 2014
- TORNERO, José Manuel Pérez. *El racismo de La violencia en el discurso periodístico: consideraciones metodológicas*. Madrid: s/d, p. 85.

VERON, Eliseo. *Quand lire, c'est faire: l'énonciation dans le discours de la presse écrite*. Sémiotique II. Institut de Recherches e d'EtudesPublicitaires, 1984.

Recebido em 03.07.2015. Aceito em 09.09.2015