



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**JORNALISMO E A NARRATIVA CRÍTICA DO TEMPO PRESENTE**

Análise das relações entre narrativa, sociedade e jornalismo brasileiro de revista a partir da perspectiva das práticas culturais

José Eduardo Mendonça Umbelino Filho

[jemuf86@gmail.com](mailto:jemuf86@gmail.com)

Universidade Federal de Goiás

Brasil



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### RESUMO

Esta pesquisa pretende analisar uma das narrativas sociais contemporâneas que tentam responder à pergunta: *quem somos nós agora?* Não são poucos os grupos dispostos a tal empreitada: sociólogos, filósofos, historiadores, líderes políticos, governos, comunidades religiosas, analistas econômicos, etc. Mas é a narrativa jornalística que, dentro das lógicas culturais ocidentais, mais se imbuíu de costurar discursivamente identidade e tempo, e contar à sociedade a história de sua própria época, sem as preocupações acadêmicas e científicas prioritárias para outras narrativas. O trabalho se debruça sobre as práticas e representações simbólicas do jornalismo brasileiro de revista, especificamente da Revista Veja, em sua narrativa ampla do contexto social na primeira década do século XXI. Como a Revista Veja constrói os conceitos fundamentais da vida cotidiana – tais como contemporaneidade, crise e tecnologia – para determinado grupo social brasileiro? E como o jornalismo impresso especializado encara as novas ferramentas midiáticas que podem ameaçar/contribuir com a hegemonia narrativa da chamada Grande Imprensa? Dentro do contexto de “crise do jornalismo”, procuramos analisar os paralelos, tensionamentos e negociações simbólicas existentes entre os grupos que ascendem à posição de produtores de informação e os grupos tradicionalmente instalados nessa posição – e, mais importante, como essas relações incidem sobre os mitos, temas e discursos que compõem a narrativa jornalística em seu posicionamento mediador entre senso-comum e conhecimento especializado, entre significação e significante, entre opinião pública e opiniões localizadas. Ou seja, a partir da perspectiva comunicacional, a pesquisa procura reconhecer as intersecções entre duas narrativas sociais distintas e que partem dos jornalistas: uma, interna, relacionada aos dilemas do campo na relação entre novas e velhas plataformas; e outra, externa, relacionada à legitimação da narrativa jornalística como a “voz” da sociedade contemporânea ocidental em crise.

**Palavras chave:** Jornalismo, narrativa simbólica, representação

### ABSTRACT

The present study analyzes the practices and symbolic representations of the Brazilian magazine *Veja*, in its broad narrative of the social context in the first decade of the 21st century. How does *Veja* construct the fundamental concepts of daily life – mainly the idea of crisis - for a specific Brazilian social group? And how does traditional journalism view the new media tools that can threaten / contribute to the narrative hegemony of big newspapers and magazines? Within the context of the "crisis of journalism", we seek to analyze the parallels, tensions and symbolic negotiations between groups that ascend to the position of information producers and groups traditionally installed in that position - and, more importantly, how these relations affect the myths, themes and discourses that compose the journalistic narrative in its mediating position between common sense and specialized knowledge.

**Keywords:** Magazine Journalism, symbolic narrative, representation



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

### **I. Introdução**

O presente artigo faz parte de uma pesquisa de doutorado em andamento sobre a construção do conceito de crise dentro da revista semanal brasileira Veja. Esta pesquisa pretende analisar a narrativa social da revista Veja em seu esforço de construir, delimitar e definir as crises da primeira década do século XXI. Aborda-se o objeto a partir da perspectiva de que a construção social da realidade, no jornalismo impresso da grande mídia, está relacionada às definições culturais de Tempo e Atualidade. Parte-se da premissa inicial de que o discurso jornalístico de revista, como forma específica de representação de certos discursos sociais de poder, pretende se legitimar como modelo narrativo para explicar o que está acontecendo *agora* no país. Em sua narrativa do mundo social, a revista Veja faz largo uso do termo “crise”, quase sempre acoplado a algum adjetivo especificador, como crise política, econômica, ambiental, etc. Entendido como conceito manifesto, a crise não é definida teoricamente, mas sim como um fenômeno observável da realidade. O jornalismo em geral se esforça mais para determinar os motivos da crise do que para conceituar o que é crise.

O objetivo da pesquisa, portanto, não é tratar especificamente de crise política, ambiental, econômica ou social, mas tentar localizar pontos de convergência simbólica entre esses campos dentro da tessitura narrativa das notícias. A pergunta de fundo é: O que significa crise para a revista Veja? Dela se despreendem outros questionamentos acessórios, tais como: quais âmbitos de mudança são considerados críticos e quais não? Que segmentos sociais são representados no discurso de crise? Como as diversas crises se concatenam no campo do imaginário simbólico da classe média e média alta brasileiras? Para isso, pretende-se realizar análise de discurso, com a visada dos estudos comunicacionais, de edições da revista Veja dos primeiros dez anos do século XXI, com o objetivo de mapear o percurso do conceito de crise dos princípios do século até sua consagração como principal ferramenta simbólica/narrativa para narrar a nossa época.



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Neste artigo, apresentado ao XXXI Congresso ALAS, serão expostos apenas os primeiros movimentos teóricos e metodológicos da pesquisa, que compuseram o texto de qualificação do autor. Portanto, trata-se da abordagem teórica anterior à pesquisa em si, e que provavelmente será modificada após o contato efetivo com o objeto. Ainda assim, ela possui valor próprio e pertinência por ser o resultado da pesquisa bibliográfica e por estabelecer o tom perseguido pelo pesquisador.

### **II. Marco teórico**

#### II.I. O jornalismo e o agora.

O jornalismo trabalha com o “agora”. Eis uma de suas bases fundamentais - expor ou analisar aquilo que acaba de acontecer. Seu prisma de ação, mesmo quando se estende pelo passado ou futuro, precisa sempre fincar âncoras no presente; caso contrário, perde-se o caráter jornalístico, e os fatos deixam de pertencer ao seleto clube das notícias. Como demonstra Franciscato (2005), o “agora” veste sua roupagem jornalística específica na ideia de atualidade, e perpassa não somente aquilo que os jornalistas procuram, mas a forma e a razão pelas quais procuram. A atualidade é, ao mesmo tempo, critério essencial para as operações práticas do fazer jornalístico e base para a formatação teórica de suas deontologias e teleologias.

Atual é o que acontece agora, o que é novo e imediato, e se vincula à experiência imersiva da realidade; o instante, o momento, a franja fugidia entre passado e futuro. Mas é também o nome que se dá a uma delimitação maior de tempo: aquela que engloba o que consideramos “nossa época”, “nossos dias”, o momento histórico em que vivemos e a partir do qual definimos o que é viver. Assim, estendendo-se por um espaço significativamente mais amplo, a atualidade imbuí-se de potencial valorativo: atual não é só aquilo que acontece agora, mas é, principalmente, aquilo que *de importante* acontece. Porquanto condense valores e referências de uma época e de uma sociedade, a definição



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

de atualidade é também um dos substratos da identidade cultural. Reconhecemos como nosso um determinado raio de acontecimentos, cujo alcance – tanto para o passado quanto para o futuro - dependerá dos limites de estranhamento e familiaridade sugeridos pela nossa própria cultura.

Esta pesquisa pretende analisar algumas das narrativas sociais que tentam responder à pergunta: *quem somos nós agora?* Não são poucos os grupos humanos dispostos a tal empreitada: sociólogos, filósofos, historiadores, líderes políticos, governos, comunidades religiosas, propagandas de telefonia móvel, comentadores de jornal, analistas econômicos, etc. Mas é a narrativa jornalística que, dentro das lógicas culturais ocidentais, mais se imbuíu de costurar discursivamente identidade e tempo, e contar à sociedade a história de sua própria época.

Naquilo que optamos por chamar de “nossa época”, nós ocidentais instituímos a crise como um dos eixos prioritários de identidade. A era dos extremos, a era dos testemunhos, a morte de Deus, da História e do Autor, a Pós-contemporaneidade, o Presente que é o Futuro das profecias, nós demarcamos nosso território com a tinta vermelha das revoluções e crises. A crise é, a um só tempo, causa e consequência, fenômeno autônomo observável e construção hermenêutica, significativa e significado para o discurso de nós mesmos. Mas o que é crise? Ou ainda, o que nós chamamos de crise? Se a academia desenvolve já há décadas suas definições para o conceito, o jornalismo não se furta a utilizá-lo em sua fala ininterrupta para e sobre o mundo ocidental. Mas a sua construção de crise nas notícias não é a mesma da academia; ela atende a outras lógicas, e se configura segundo outras perspectivas. A proposta desse estudo, portanto, é tentar reconhecer dentro da narrativa jornalística o que é crise, e como esse conceito se insere numa identidade do tempo presente. Suspeitamos que as narrativas jornalísticas e midiáticas tecem uma identidade abrangente da “nossa época” baseada, sobretudo, na ideia de crise.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Assim, o objeto de análise será a narrativa jornalística, por sua íntima relação com o tempo presente, e sua necessidade constitutiva de narrar o agora. A abordagem, contudo, será sociológica e antropológica; e isso por pelo menos três motivos. Primeiro, porque essas duas ciências oferecem a possibilidade de que o pesquisador se insira no pesquisado, turvando as tão cômodas delimitações entre objeto e sujeito. Isso vem a calhar quando se pesquisa a comunicação e a narrativa de uma sociedade da qual se faz parte. Segundo porque a antropologia, ao dialogar com a sociologia, permite a alusão a patamares mais básicos e profundos do homem em sociedade, sem a individualização clínica da psicologia e nem a abstração ad infinitum da filosofia, o que é especialmente útil quando a proposta é falar de crise como elemento da narrativa humana do tempo, e não como aspecto puramente político, social, econômico, histórico. Como dirá Wagner:

Uma preocupação fundamental do meu argumento é analisar a motivação humana em um nível radical – mais profundo que o dos clichês bastante em voga sobre os ‘interesses’ de corporações, atores políticos, classes, o ‘homem calculista’ e assim por diante. Isso não significa que eu esteja beatífica e ingenuamente desavisado de que esses interesses existem, ou não tenha consciência da força prática e ideológica do ‘interesse’ no mundo moderno. Significa que eu gostaria de considerar tais interesses como um subconjunto, ou fenômeno de superfície, de questões mais fundamentais. (Wagner, 2015 p. 18)

E terceiro porque a sociologia, em seu diálogo com a antropologia, acentua a aporia conceitual oriunda da mobilização dos eixos narrativa, tempo e identidade a partir de uma perspectiva do homem no tempo largo. O problema que se encara ao pensar esses elementos dentro do contexto da vida cotidiana é um problema que atinge inevitavelmente o homem social e o homem simbólico. Enquanto o jornalista, como homem social, traça o risco do instante na narrativa efêmera da notícia, o jornalista como homem simbólico fareja o rabisco dos séculos na narrativa eterna do mito. Mas essa parelha – a notícia e o mito – acaba por se encontrar numa inusitada coincidência: ambas outorgam ao mundo humano uma noção de tempo cíclico, daquilo que



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

periodicamente surge e some e que, pela repetição, se quer eterno. De tal forma que uma visada socioantropológica sobre a narrativa jornalística talvez possa ser útil no esforço de estranhamento daquilo que nós, brasileiros e ocidentais, consideramos eterno e daquilo que consideramos mutável. É dentro dessa perspectiva que se assoma o outro eixo da proposta, a ver, o conceito de crise. A partir da narrativa da crise, ou seja, das categorias mobilizadas e organizadas quando o jornalista conta a crise, que poderemos vislumbrar os arcabouços de uma identidade pautada no tempo presente. Uma identidade eu perpassa cada matéria, editorial e capa da revista Veja.

### II.I. A revista Veja.

A revista Veja é uma publicação bastante específica, com alto grau de identificação com seu público, as classes média e média alta do país, e com posicionamentos políticos e sociais demarcados. Entretanto, como é regra no jornalismo informativo brasileiro, o discurso da Veja não a representa como uma revista de nicho, e sim como um periódico que fala para o Brasil e para o brasileiro contemporâneo. Num encarte promocional publicado com a edição de 20 de abril de 2016, no epicentro do processo de impeachment de Dilma Rousseff, lia-se: *Veja – Só vê um lado. O lado do Brasil*. Partidária, portanto, do mito jornalístico da universalidade, a Veja reforça a verossimilhança de seu discurso através de um apelo à ideia de que seu lado é o lado da maioria dos brasileiros. É, de fato, a publicação semanal informativa de maior circulação no Brasil, distribuída para todos os Estados e o DF, além de estar entre as quatro maiores do mundo. Mas isso considerando a realidade de um país com pouca tradição na leitura de jornalismo impresso e que ainda adquire suas informações preferencialmente pela televisão.

O surgimento da Veja, em 1968, inaugura uma ruptura no estilo de revistas brasileiras. Antes marcada pelo predomínio da foto sobre o texto, como no caso da *Realidade* e da *Cruzeiro*, as revistas então passaram a se espelhar no gênero chamado



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

*newsweeklies*, com preponderância do texto dito interpretativo/informativo, cuja principal representante era a norte-americana Time. Sua influência em uma parcela considerável da população brasileira não pode ser relevada, e sua constante inserção no cenário político nacional a tornou ainda mais interessante nos primeiros anos do século XXI. É, ainda, uma publicação que tem se adaptado relativamente bem às mudanças técnicas e conceituais oriundas do advento da internet.

Em 1968, ano do endurecimento da ditadura militar brasileira, o contexto político era conturbado e as circunstâncias se complicavam para a imprensa, mas a editora Abril gozava já da liderança no mercado brasileiro, o que implicava em poder tanto econômico quanto político. As revistas proliferam nas décadas subsequentes, vez ou outra esbarrando na censura e na perseguição, mas já sedimentadas no apelo cultural das classes urbanas. Além da *Veja*, surgem publicações segmentadas como *Bom Appetite*, de 1967, *Intervalo*, de 1963, *Pop*, de 1972. Enquanto as segmentadas se protegem sob a alcunha de “revistas culturais”, as semanais informativas precisavam tratar de pontos por vezes delicados dentro do espectro político e econômico, enfrentando a resistência dos mecanismos de controle ditatorial. Sobreviveriam, ainda assim. Sem menosprezar a abrangência ditadura de 1964, convém recordar que censura, imposição e financiamento de opinião, conchavo entre governo e imprensa, empastelamento de jornais e perseguição a jornalistas nunca foram novidade na história do jornalismo brasileiro. Nosso jornalismo aprendeu desde muito cedo a transitar e sobreviver em ambientes sufocados. Além disso, se a mão pesada dos militares caiu forte e violentamente sobre muitos – principalmente sobre estudantes, intelectuais, artistas e setores cultos da sociedade - também convém recordar que enorme parcela da população brasileira viu com bons olhos o golpe. Na verdade, a grande imprensa e o grande público compartilhavam o mesmo temor ao comunismo e as mesmas histórias de guerra, espionagem e ataque aos valores morais cristãos que pautaram a opinião geral naquele período, e que favoreceram o surgimento de fenômenos sociais como as ditaduras militares:



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Em março de 1964, com tudo rigorosamente articulado, no exterior e no interior, deflagrou a preparação publicitária que anunciaria as ações militares: toda a grande imprensa, articulada em coro, participou dessa preparação psicológica, com o rádio e a televisão. Os editoriais do Correo da Manhã, nos últimos dias de março – aqui à guisa de exemplo – foram esclarecedores até nos títulos: “Basta! ” e “Fora! ”, indicando ao presidente João Goulart a saída, como se fora ele, não o mandatário do povo, mas empregado relapso (Sodré, 1999, p. 410).

Para Sodré (1999), a segunda metade do século XX marcou intensa e crescente influência norte-americana na vida brasileira – influência essa que chegava até nós pela via midiática, seja na propagação da cultura estadunidense nas notícias, propagandas e produtos de entretenimento, seja no investimento financeiro nas empresas jornalísticas, na compra ou subordinação de publicações nacionais para cooptar as intenções políticas dos EUA. O autor fala de crise da imprensa brasileira: sua obra seminal, *História da Imprensa no Brasil*, termina antes de 1970 com uma nota pessimista sobre desnacionalização e imperialismo.

Segundo Corrêa (in Martin e De Luca, 2012), a criação da *Veja* foi um projeto muito acalentado por Roberto Civita, que não mediu esforços para seu lançamento. Nos meses anteriores, a editora Abril ofereceu um curso nacional de jornalismo para selecionar os futuros membros da redação da revista. Cinquenta jovens jornalistas conseguiram emprego por esse caminho, dentre eles José Roberto Guzzo, Sérgio Pompeu, Raimundo Rodrigues Pereira, Sílvio Lancelotti, Norma Freire, etc. Civita e Mino Carta, primeiro editor de *Veja*, visitaram redações norte-americanas e europeias, influenciando-se principalmente pela proposta da *Time*. Assim como a publicação estadunidense, a Abril investiu na redação, somando aos novatos velhos jornalistas e fotógrafos de renome, e na sistematização e organização das informações; seguiu os métodos publicitários de fidelização dos leitores através de campanhas, brindes e de uma abordagem próxima e amistosa. A revista foi lançada dia 11 de setembro de 1968, um dia depois do Dia Nacional da Imprensa e a insistente campanha publicitária garantiu uma vendagem inicial de 700 mil exemplares (Martins e De Luca, 2012).



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Se nos primeiros anos a *Veja* lutou para se estabelecer e gerar lucro, a partir da década de 1970 ela se estabelece como difusora de narrativas prioritárias da situação política, cultural e social do mundo (pelo menos do mundo de seus leitores). Especializa-se sobretudo no embate político, com protagonismo efetivo em algumas circunstâncias históricas importantes do país, e na interpretação das tendências comportamentais da sociedade brasileira urbana de classe média. Cobriu a morte de Tancredo Neves e de Elis Regina, a guerra das Malvinas e a ascensão do carnaval carioca, saindo de uma tiragem média de 170 mil exemplares semanais em 1976, para 800 mil na década de 1980 e mais de 1 milhão em 2007 (Villalta, 2006; Scalzo, 2014; Correa, 2012). Em 1992, a cobertura de *Veja* foi decisiva para o processo de impeachment do presidente Fernando Collor. Ela publicou, em maio daquele ano, célebre entrevista com Pedro Collor, na qual o irmão do presidente denunciava um esquema de lavagem de dinheiro envolvendo PC Faria, tesoureiro da campanha eleitoral do caçador de marajás. A partir de 2005, publicaria também investigações acerca do escândalo do mensalão petista, que levariam José Dirceu e demais homens fortes do governo à prisão e, em 2016, membros da câmara de deputados estampariam capas da revista *Veja* em suas mesas para as câmeras de TV que acompanhavam o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff.

### III. Metodologia

Pretende-se reconhecer quais valores, elementos, assuntos, instâncias e personagens são relacionados pelo jornalismo ao conceito de “crise”. Também é de interesse da pesquisa detectar as funções e posições que cada assunto ou personagem assume na narrativa histórica do tempo presente. Desse modo, a pergunta norteadora do trabalho será: *De que maneiras se constrói o conceito de crise nas narrativas jornalísticas da revista Veja durante a primeira década do século XXI?* Vamos restringir nosso objeto à revista *Veja* e à primeira década do século XXI, numa tentativa de observar como essa publicação narrou a escalada de acontecimentos que culminaria na chamada crise política de 2015/2016.



**XXXI CONGRESO ALAS  
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Por se tratar de um estudo das construções narrativas e textuais, a opção metodológica mais apropriada será a análise de discurso, com o adendo da análise de conteúdo, seguindo os passos das pesquisas comunicacionais. Serão analisados os conteúdos integrais de quatro edições para cada ano da primeira década do século XXI, totalizando 40 revistas. Espera-se, com isso, chegar a uma imagem ampla do tempo presente difundida pela publicação. Em seguida, essa imagem deverá ser contraposta à produção teórica que descreve ou faz referência às crises identitárias da atualidade.

A primeira parte da metodologia consiste numa pesquisa exploratória para a delimitação do panorama narrativo da revista. As matérias que compõem o corpus de pesquisa serão perscrutadas com o intuito de formar quadros de relação entre termos, temáticas, assuntos e fatos vinculados à crises. Provisoriamente, pretende-se responder primeiro às seguintes questões: 1) Que matérias relacionam fatos reportados à crise e quais não? 2) Que assuntos, temáticas e fatos se vinculam à crise por confirmação (isso é crise) ou oposição (isso não é crise)? Outras perguntas e o detalhamento das anteriores deverão ser acrescentadas na reestruturação da pesquisa.

No segundo momento, as matérias serão divididas em categorias pré-analíticas, que são basicamente: qual revista, qual modalidade, qual editoria, retransa ou caderno. As matérias serão então numeradas, para índice referencial, da seguinte maneira: Matéria 1, Reportagem, Cidades; Matéria 2, Notícia, Política, etc. Nesse corpo pré-categorizado aplicaremos a ferramenta da análise de conteúdo em três passos: por matéria, por revista, por revistas.

No primeiro passo da análise de conteúdo, investigaremos matéria por matéria, caracterizando-a a partir do uso da palavra crise. Esse procedimento consistirá, primeiro, na determinação de onde a palavra está e sua relação com os elementos textuais da matéria. No segundo passo, tentaremos reconhecer padrões, semelhanças ou dissemelhanças dentro do corpo de matérias da Veja em cada edição. Tais padrões,



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

entretanto, não mais dirão respeito apenas à parte quantitativa da investigação. O interesse é localizar, se possível, imagens simbólicas refletidas nas narrativas, nas temáticas, no posicionamento das matérias em relação a temas amplos. O último passo da análise de conteúdo será uma comparação analítica entre os resultados dos passos anteriores para as revistas segmentadas por ano. Esse último momento da análise precisa ser reconhecido a partir de três camadas simbólicas: a primeira camada é a do próprio discurso e suas construções internas, ou seja, que elementos narrativos e argumentativos as revistas usam de forma semelhante ou diferente, a que universos semânticos comuns elas fazem referência, a quais personagens, elementos e configurações de intriga narrativa elas recorrem ou deixam de recorrer; na segunda camada está a construção da identidade jornalística em si, ou seja, quais os mitos e símbolos se vinculam à imagem do jornalista na Veja, e se há semelhanças entre eles; na terceira camada está a possível construção de uma identidade geral, ou seja, todo e qualquer momento em que o conceito procurado remeter a uma estrutura identitária abrangente, inclusiva e impositiva. Um dos objetivos da análise será averiguar se essas camadas existem, se elas dialogam entre si, e se é possível encontrar elementos coesivos entre os discursos da revista norte-americana e da brasileira.

A segunda parte da metodologia consiste no retorno à teoria a partir dos resultados empíricos. Trata-se de uma reflexão teórica interpretativa e comparativa, cujo desenvolvimento dependerá dos resultados da primeira parte da análise, bem como do encaminhamento teórico realizado anteriormente.

#### **IV. Análise e conclusões preliminares**

Espera-se que, com os resultados da primeira parte do método, seja possível definir o esboço de um conceito jornalístico de crise. Vale recordar que esse conceito será uma construção teórica a partir do empírico, uma vez que não se tratará dos conceitos expressamente manifestados – se o forem – pelas revistas, e sim de uma definição ampla inferida a partir da comparação entre elas. Considera-se importante ressaltar esse detalhe



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

para que fique claro o caráter interpretativo desse momento da análise. O ponto de partida não será apenas o que cada revista diz que é crise, e sim o que, a partir do que dizem as revistas, é possível considerar como sendo um conceito de crise. Caso a interpretação chegue ao resultado de que não há um conceito comum de crise, a análise ainda assim prossegue, mas a partir dos pontos de semelhança e convergência identificados dentro das narrativas analisadas.

Em seu atual estágio, a pesquisa já nos oferece alguns dados relevantes para a análise, principalmente no que concerne à trajetória histórica das revistas na construção de realidade simbólica nacional. Numa primeira análise, percebe-se como as revistas contribuíram imensamente na instituição do escândalo midiático como sendo ferramenta e tipo de abordagem narrativa preponderante quando o assunto é política. Nascimento (2010) define o escândalo midiático como um “um evento que implica a revelação através da mídia de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, cuja revelação desencadeia uma sequência de ocorrências posteriores.” (Nascimento, 2010, 3). O escândalo midiático político, sedimentado nas páginas da Veja, compõe o resultado mais bem-acabado do mito jornalístico vigente nas revistas informativas brasileiras e, não será demais dizer, no jornalismo brasileiro do início do século XXI: a narrativa de uma batalha espetacular entre o segredo e o conhecimento público, entre os interesses gerais e os particulares, entre a escuridão do poder e a luz perscrutadora da imprensa e da tecnologia. Nessa batalha, as revistas se inscrevem muito mais como personagens-chave do que como simples veículos de mediação entre os agentes. A revista, personificada num nome próprio, narra o mundo como se o habitasse, esquecida de sua condição de discurso múltiplo e plural, e íntegra em sua autoimagem de protagonista. A Veja disse, a Veja fez, a Veja falou, a Veja mentiu, a Veja manipula, comentam os leitores, como se falassem não de uma empresa midiática formada por centenas de profissionais, mas de uma entidade unitária, dotada de consciência e ação singulares. Mas, ao mesmo tempo em que chamava a atenção por sua cobertura dos escândalos políticos, a Veja também fala de sexo, de gravidez na adolescência, da descoberta de novos planetas,



## XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

cobria suas páginas com propagandas de carros modernos, afirmando que a boa vida estava neles, comentava filmes e livros, determina grandes nomes da arte mundial, apelida gerações, divulga pesquisas sobre comportamento, e fala muito de tecnologia, de celulares e do impacto dos videogames na vida dos adolescentes. Nessas reportagens menos chamativas, menos comentadas, abaixo do radar dos críticos e da materialidade pulsante da vida política, a Veja conta outra história sobre o mundo. Ali os leitores não reclamam de manipulação ou personificação. Ali, a Veja é apenas narradora do grande espetáculo da Atualidade, seguindo os passos de suas antepassadas revistas ilustradas do século XIX. Resta saber, ainda, como o escândalo e o espetáculo convergem na concepção das crises da Atualidade.

### **VI. Bibliografia**

Franciscato, Carlos Eduardo, (2005). A Fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Ed. UFS/Fundação Oviedo Teixeira.

Martin e De Luca, Ana Luiza, Tânia Regina, (2012). História da Imprensa no Brasil. São Paulo: Contexto.

Nascimento, S. S., (2010). Os novos escribas. Porto Alegre: Arquipélago Editorial.

Neveau, Érik (2006). Sociologia do Jornalismo. São Paulo: Edições Loyola.

Scalzo, Marília (2014). Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto

Sodré, Nelson Werneck. História da Imprensa no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad.

Sodré, Muniz, (2009). A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes

Villalta, Daniella (2002). O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira. Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Salvador/BA

Wagner, Roy (2012). A invenção da cultura. São Paulo: Cosac Naify