Midiatização da periferia: a transformação do discurso jornalístico nas capas da revista Veja

Camila Hartmann
Ada Cristina Machado da Silveir
Universidade Federal de Santa Maria

Palavras-chave: comunicação; jornalismo; noticiabilidade.

RESUMO EXPANDIDO

A transição da sociedade dos meios para a sociedade midiatizada está em curso e marca a emergência da mídia como uma instância que incide sobre os modos de interação social e na apreensão da experiência dos indivíduos (FAUSTO NETO, 2008). A necessidade em realizar pesquisas que objetivem estudar como o discurso jornalístico constrói representações sobre as categorias sociais passa pela compreensão de uma maior acessibilidade dessas categorias aos meios de comunicação – cujos discursos serão moldados a partir das dinâmicas sociais, econômicas e políticas em curso; nesse caso, como se verá, o referencial é o aumento do poder aquisitivo de grupos periféricos.

A midiatização, entendida enquanto um aspecto seminal da estrutura social contemporânea, permite refletir sobre a relação da mídia com a sociedade e a cultura (FAUSTO NETO, 2008). Assim, tendo em vista que "desde o início dos 1990, vem sendo construído pelos meios de comunicação de maior abrangência no país um imaginário dos espaços periféricos brasileiros como lugares exclusivos de violência e exclusão" (SOUZA, 2012, p. 116), torna-se pertinente entender por que motivo e em que momento a mídia começou a produzir uma narrativa diferenciada sobre a periferia.

Como objeto empírico de análise elegeu-se duas capas da revista Veja que guardam treze anos de diferença entre si e que evidenciam mudanças no tratamento discursivo do tema: uma matéria publicada em 2001 - "A explosão da periferia" (Ed.1684, 24/01/2001) – e outra em 2014 - "Oi Brasil, estamos aqui!" (Ed. 2358, 29/01/2014), cuja carta ao leitor faz menção a primeira reportagem. Os dois textos, destarte abordarem a mesma temática - a vida na periferia –, retratam o assunto com vieses discursivos nitidamente discordantes.

A abordagem metodológica eleita – Análise de Discurso - define-se por procedimentos que reconhecem a negociação de sentidos integrante do contrato de comunicação midiática que prescreve toda situação de comunicação (CHARAUDEAU, 2015, p. 41). Este intercâmbio está presente na produção jornalística das revistas semanais

de informação, na medida em que as revistas acompanham as mutações históricas de seu tempo, exprimem o contexto social, político e econômico em que são desenvolvidas, ao mesmo tempo em que são modificadas por ele (ALI, 2009, p. 306).

Midiaticamente, a narrativa predominante sobre a periferia a constituía como um espaço em que se prolifera o crime organizado, o tráfico de drogas e de armas e outras contravenções legais. As assimetrias de poder, dominação e desigualdade social no Brasil são assim sustentadas através da representação da periferia como o lugar simbólico "dos mais pobres", de modo que "a arraigada tendência da cultura política brasileira de desprezo ao periférico é assim reproduzida no cotidiano jornalístico" (SILVEIRA, 2009, p. 166-67).

Esta abordagem, cristalizada no noticiário, começa a sofrer alterações na transição do século XX para o XXI, quando se teve uma valorização simbólica das periferias. O período é também marcado por um forte crescimento econômico brasileiro – que, portanto, torna-se fator determinante para a construção midiática de uma outra face da periferia, focando em seu poder de consumo.

A identidade discursiva atribuída à periferia já não se materializa apenas sob um viés negativo. A violência ou a falta de recursos não são mais os únicos assuntos que despertam o interesse coletivo sobre essa categoria social. A periferia passa a ser mostrada também a partir do cotidiano de seus moradores e a cobertura midiática vai atuar no sentido de apontar aspectos até positivos nos modos de vida e expressões culturais desses grupos. Assim, e buscando evidenciar as diferenças na abordagem de uma mesma categoria social, tomando-se como pressuposto a necessidade de adaptação do discurso jornalístico frente às mudanças sociais, a análise das capas irá se pautar em elementos textuais e imagéticos.

A capa publicada na edição de janeiro de 2001 apresenta, como elemento central, um conjunto de prédios, condomínios e arranha-céus localizado em uma área verde e bem conservada. Esta parte da imagem está colorida, em contraposição a desordem urbana, representada por um aglomerado de casebres cinza que se agrupa ao redor da "metrópole". Uma clara demonstração da oposição centro x periferia, em que esta última – conforme evidenciado na manchete – faz um "cerco" às classes mais altas (Figura 1):



Figura 1: Veja. Ed. 1684, de 24/01/2001. Capa.

A manchete - "O cerco da periferia" – e a chamada - "Os bairros de classe média estão sendo espremidos por um cinturão de pobreza e criminalidade que cresce seis vezes mais que a região central das metrópoles brasileiras" – corroboram com a visão transmitida já na imagem: os problemas que essa expansão da periferia causa para as metrópoles brasileiras, afetando a vida das classes altas. A imagem, neste sentido, pode ser concebida como uma representação da desigualdade social que se inscreve no espaço urbano e se materializa na oposição entre o asfalto e o morro.

A capa de 2014, por sua vez, estampa a fotografia de um dos principais símbolos do funk ostentação – um estilo musical fortemente disseminado nas periferias brasileiras e que traz letras de exaltação ao consumo e à riqueza –, o MC Guimê (Figura 2). O cantor aparece sem camisa, com o corpo tatuado e usando correntes, relógio, anéis, boné e bermuda com a marca da confecção em destaque.

O título, entre aspas ("Só você não me conhece") articula uma declaração do MC diretamente ao leitor de Veja, conferindo a ideia de que o leitor e/ou enunciatário de Veja é o "único" que não o reconhece. A chamada apresenta o personagem e destaca a internet como canal de inclusão: "O MC Guimê fez um clipe visto 42 milhões de vezes na internet. Ele é da periferia, país dentro do Brasil com 155 milhões de habitantes que Veja desvenda nesta edição em uma reportagem de 16 páginas":



Figura 2: Veja. Ed. 2358, de 29/01/2014. Capa.

O artista é colocado como um exemplo da nova geração de moradores da periferia, que deixou o anonimato para se tornar conhecido através da internet. A relação entre periferia e mídia pode, assim, ser entendida a partir da emergência de uma periferia conectada, cuja realidade e abordagem jornalística são afetadas pelos processos de globalização da informação e comunicação.

Neste sentido, como resultado principal de análise, aponta-se uma correlação entre as estratégias discursivas utilizadas pelos veículos midiáticos e o contexto sócio-econômico em que se inserem os indivíduos. Neste caso, a mudança nos critérios de noticiabilidade se deu em decorrência do aumento do poder de compra dos moradores da periferia, que se constituiu em um mercado consumidor emergente.

As capas analisadas deixam explícitas as diferenças na abordagem do discurso jornalístico: na edição de 2011 a periferia aparece como um agrupamento de casebres desordenado e cinza; em 2014 é evidenciada uma periferia midiatizada, que adquire notoriedade na mídia em virtude da conversão de seus moradores em consumidores.

Assim, percebe-se que, em uma sociedade midiatizada, a visibilidade noticiosa das pessoas vincula-se a sua visibilidade econômica. Na medida em que o consumo se constitui como um elemento determinante da identidade dos indivíduos, ele também se pauta como elemento definidor do lugar ocupado nos estratos sociais e na mídia, por consequência. A periferia, portanto, só tem direito de ser vista na medida em que compra.

Referências

ALI, F. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ALLEGRETTI, F. Oi Brasil, estamos aqui! **Revista Veja**. São Paulo, ed. 2358, ano 47, n. 5, 29 de janeiro de 2014. p. 62-71.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **MATRIZes**. São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/88/136>. Acesso em: 29 out. 2015.

SECCO, A.; SQUEFF, L. A explosão da periferia. **Revista Veja**. São Paulo, ed. 1684, ano 34, n.3, 24 de janeiro de 2001. p. 86-93.

SILVEIRA, A. C. M. Modos de ver e devorar o outro. **Ghrebh**. São Paulo, v.2, n.14, 2009.

SOUZA, G. O ponto de vista político no cinema de periferia. **Galaxia.** São Paulo, n. 24, p. 115-126, dez. 2012.