

O PECULIAR OLHAR SOBRE OS ACONTECIMENTOS DO JORNAL PORTUGUÊS DA ARGENTINA

Fernando C. Moura

fermoura@hotmail.com e fernando.moura@cais.pt

Jornalista

Universidade Nova de Lisboa

Resumo:

O artigo problematiza se o Jornal Português, único periódico da comunidade portuguesa residente na Argentina, pode constituir um elemento significativo na (re)construção e (re)negociação da identidade portuguesa desta comunidade. Uma identidade que consideramos ser imaginada e, sobretudo, construída pelos próprios imigrantes, estruturando-se em torno «da saudade e da lembrança de uma vida passada»: a vida em Portugal, um horizonte longínquo, muito embora presente no seu dia-a-dia.

Esta análise é parte do meu trabalho de doutoramento sobre a comunidade portuguesa residente no partido de Escobar, na Província de Buenos Aires (República Argentina). Partindo de um exercício descritivo de enquadramento, este trabalho tem como objectivos gerais observar e discutir o papel dos media na gestão quotidiana da identidade colectiva desta população migrante. No decorrer deste exercício observou-se que uma grande percentagem dos inquiridos recebe todos os meses pelo correio a edição do Jornal Português, considerando-o um elo de ligação, primeiro à terra e mais tarde a Portugal.

Para finalizar, diremos que o Jornal Português, criado pelos membros da comunidade portuguesa, aparece como uma das estratégias de visibilidade e ligação desta comunidade.

Palavras-chave: Comunicação Social, Migrações, Comunidade Portuguesa, Identidade, Capital Social, Associativismo, Jornal Português, Rádio, Argentina.

A PECULIAR TAKE ON EVENTS OF THE ARGENTINEAN
«JORNAL PORTUGUÊS»

Abstract:

This article discusses the contribution of «Jornal Português», the only Portuguese newspaper of the Portuguese migrant community in Argentina, to the processes of (re)negotiation and (re)production of a Portuguese Identity. Imagined and, most of all, produced by the migrants themselves, the Portuguese identity is based on «saudade and on the memories of the past»: the life in Portugal, a lost horizon, though present in their daily lives.

The article results from my PhD research on the Portuguese community residing in Escobar, Buenos Aires province. Starting with a descriptive contextualization, it aims to discuss the role of the media in the daily management of collective identity of this migrant community. The research found that a great percentage of the subjects gets Jornal Português by mail every month and regards it as a link to their hometown and to Portugal. Finally, we will state that Jornal Português, created by members of the community, is a strategy of visibility and connection.

Keywords: Social Communication, Portuguese Community, Identity, Social Capital, Associative Community, Portuguese Newspaper, Radio, Argentina.

“A música moderna portuguesa não nos interessa porque isto é um programa de rádio feito para gente da nossa idade [60 a 70 anos] (...) Não nos interessa o modernismo de Portugal. Gostamos de recordar os nossos tempos de [aldeia em] Portugal¹”

METODOLOGIA

O estudo sociográfico da comunidade em causa foi desenvolvido entre os dias 21 de Abril e 25 de Maio de 2007. Pretendeu-se caracterizar a comunidade portuguesa residente neste concelho desde há algumas décadas através da distribuição de um inquérito por questionário aos seus principais membros residente nesta Câmara e do seu posterior preenchimento. Para alcançar este objectivo foi necessário definir o universo da amostra, que não é outro senão a comunidade portuguesa estabelecida em Escobar.

Com o universo definido, foi preciso escolher os imigrantes que, pelas suas funções em diversas áreas de actividade profissional, económica e social na cidade, poderiam vir a ser significativos para este estudo.

Uma vez definida a amostra da população a inquirir, realizou-se uma série de pré-testes para construir o questionário a aplicar e aperfeiçoá-lo, desta forma gerando critérios e estratégias para desenvolver as questões a serem colocadas no inquérito definitivo. Mais tarde, foi construído um inquérito estruturado, com perguntas fechadas e abertas, que constou de duas partes fundamentais. A primeira pretendeu estabelecer um perfil sociocultural da comunidade, para desta forma poder caracterizá-la e estudá-la pormenorizadamente na última parte da investigação. A segunda debruçou-se sobre os meios de comunicação étnicos, abordados numa perspectiva de consumo cultural da população migrante de origem portuguesa que faz parte deste universo, que está a ser estudado desde 1997.

Após uma cuidadosa selecção, como se explicou acima, foram escolhidos 115 membros da comunidade portuguesa para, assim, se abranger uma porção importante da população de origem lusitana e construir uma amostra credível. Ao conjunto destes 115

¹ Manuel da Costa, apresentador do Programa “Portugal Hoje” em entrevista realizada a 3 de Fevereiro de 2008 nas instalações de AM 750 Rádio del Pueblo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

imigrantes seleccionados conseguiram ser entregues 102 inquéritos, em diferentes âmbitos, isto é, de casa em casa, no Centro Recreativo Lusitano de Escobar (associação portuguesa da cidade), em estabelecimentos comerciais de portugueses, etc. Foram respondidos correctamente e entregues aos responsáveis da investigação 91 inquéritos, o que acabou por criar um corpus de análise muito interessante e significativo, segundo o nosso ponto de vista. Uma vez recolhidos os inquéritos, e já em Portugal, foi necessário processar os dados, seleccionar as respostas, numerar e quantificar os questionários e proceder à codificação das variáveis através do programa SPSS.

Depois de inseridas as respostas e realizado um primeiro exercício estatístico descritivo, é possível estruturar uma análise da amostra. Neste trabalho desenvolveremos alguns dos resultados conseguidos através de cruzamentos de variáveis, os quais levaram a estabelecer que o Jornal Português é um elemento importante e marcante nesta comunidade, tal como, de alguma maneira, os jornais que o antecederam marcaram a imprensa desta comunidade.

«Faço isto não sei se por patriotismo, mas de certeza por um grande amor a Portugal, a tudo o que é meu: a minha língua, a minha vida (...). Enquanto tiver forças quero continuar com o Jornal porque ele é um elo de ligação à minha terra e à terra dos meus assinantes, (...) o nosso querido Portugal.»²

A partir da análise sociográfica³ da comunidade de imigrantes portugueses residentes no partido de Escobar, infere-se que o Jornal Português pode vir a tornar-se um dos pilares fundamentais da construção da sua identidade.

Adriano Duarte Rodrigues (1981) nota que os emigrados vivem entre «a apropriação imaginária do território de origem», e «o modo abstracto de apropriação do país de instalação». «Os seus projectos de apropriação deslocam-se para espaços de contornos imprecisos e difusos, deixando de haver apropriação sobre uma colectividade concreta». Geralmente, é esta situação que faz que, entre esses emigrados, a «folclorização da cultura de origem» (Rodrigues, 1979) assumam hoje aspectos tão aparatosos: «não é verdade que as tradições populares sejam necessariamente gritantes e vistosas; elas surgem

² Excerto de entrevista com o director do Jornal Português, Joaquim Coelho Campina (23/12/2007)

³ Perfil sociográfico da comunidade portuguesa residente em Escobar, Província de Buenos Aires, Argentina, realizado no âmbito da tese de doutoramento do autor, em curso na Universidade Nova de Lisboa e intitulada "A Construção da identidade nacional dos imigrantes portugueses que residem na Argentina através da Comunicação Social Étnica".

assim quando um fenómeno de exclusão leva à manifestação ostensiva» (Monteiro, 1994, p. 58).

Portanto, podemos afirmar aqui que a identidade é uma construção social e «remete precisamente para a definição das fronteiras entre ‘os estados subjectivos’ (de consciência) e ‘as características objectivas’ (como a partilha da mesma língua, religião, território ou história).» Por isso, o fenómeno da identidade social é «uma realidade socialmente construída»: «ela está em constante mudança, e, por isso, as suas fronteiras são sempre etéreas, como etéreas são as fronteiras subjectivas que determinam e são determinadas de uma forma dinâmica pela identidade social. Os factores que, num dado momento histórico, podem caracterizar uma pertença, podem noutro momento ser diferentes» (Monteiro, 1994, pp. 118-119).

Esta construção é sempre um processo reflexivo, por relação com o «outro», e por relação com a (re)construção social dos referenciais históricos e culturais. Assim, a identidade é também um processo de adaptação, que toma forma na possibilidade inteligível de interiorizar, ao longo do tempo, os referentes identitários, sejam eles quais forem – sejam eles criados de cima para baixo, ou de baixo para cima. Por outro lado, a identidade étnica é sempre um compromisso entre o que somos e o que dizem que somos, e é, muitas vezes, o que dizem que somos que destaca em nós essa mesma característica, que pode ou não ser integrada na nossa auto-representação.

A identidade, regra geral, só se cria pela negativa exteriormente: só os outros têm má opinião acerca do «nós»; nós próprios tendemos a destacar só os aspectos positivos (Vermeulen, 2001, p. 133)⁴.

IMPrensa MIGRANTE PORTUGUESA

O primeiro órgão de comunicação étnico desta parte do planeta, isto é, do Rio da Prata, nasceu em 1881 e foi denominado Correio de Portugal: dedicado á colónia portuguesa. Era editado em Montevideu, no Uruguai, e produzido pelos imigrantes portugueses residentes na região platina. No meu doutoramento concluí que este funcionou

⁴ Citando Epstein e Tajfel, Vermeulen esclarece: “A identidade étnica tem a ver com a questão de saber se um individuo se considera ou não como membro de um grupo étnico e com a intensidade dessa identificação. A identificação implica também uma classificação: ela pressupõe um “nós”, mas também um ‘eles’: ao identificar-se com um determinado grupo, uma pessoa determina um ‘eles’: ao identificar-se com um determinado grupo, uma pessoa determina também a sua posição face aos outros grupos

com um nexu no «Cone Sul», já que servia as comunidades do sul do Brasil, do Uruguai e da Argentina, todas reunidas numa zona conhecida então pela Coroa portuguesa como as «Repúblicas da Prata».

O jornal era publicado com 4 páginas e durante 5 anos circulou pela comunidade migrante espalhada pelas antigas colónias espanholas. Uma das grandes diferenças deste periódico relativamente aos que o precederam diz respeito às repercussões que ele teve na imprensa portuguesa ao longo da sua existência, a partir das quais se pode inferir que existia uma relação estreita entre a comunidade portuguesa residente nas «províncias do Prata» e a Metrópole. Ao longo do século XX esta situação não se verifica com os outros jornais, aos quais faremos ainda referência, parecendo perder-se esse trânsito de ida e volta entre a Metrópole e este grupo de imigrantes portugueses.

Não é possível ter certezas sobre a agenda, a selecção das notícias e o tratamento informativo praticado neste periódico, devido ao pouco conhecimento de que disponho da realidade da época, da vida nas «províncias do Rio da Prata» e da forma como os outros jornais da época tratavam (ou até mesmo se travam) os mesmos temas. Conclui-se, porém, da análise dos jornais existentes na Biblioteca Nacional que o tratamento e a disposição da informação é neles intermitente e sem regras claras.

A fascinante aventura de cinco anos de análise deste periódico pioneiro permite dizer que ele estabeleceu um jornalismo de proximidade, típico da época, e que sonhou tornar-se um diário que abrangesse as comunidades espalhadas pelas «províncias do Prata». No entanto, como se infere da nota publicada em que se explicam os motivos das alterações na concepção gráfica do periódico, o esforço de Manoel Rodrigues Vieira, seu director, não impediu que este projecto acabasse, como aconteceu com a maioria dos projectos editoriais criados pela comunidade portuguesa nesta região ao longo do século XX.

Outro importante projecto editorial da comunidade foi o Ecos de Portugal, que, segundo um estudo empírico realizado pela investigadora argentina P. Mascarucci (1985, p. 5) e os dados recolhidos na minha investigação, nasceu em Buenos Aires, a 25 de Novembro de 1932, graças à «*vontade de um imigrante natural de Olhão, Cândido Ventura, que tinha chegado a Buenos Aires em 1927 e pretendia criar um jornal independente, escrito em português e com o objectivo de informar os imigrantes que nela residiam*».

No editorial de despedida, o seu director escreve: «O facto de tratar-se de um jornal redigido em língua estrangeira torna um pouco difícil a busca de uma tipografia mais económica onde encontrar composição e impressão mais barata, acorde com as possibilidades deste periódico. (...) [Teremos de] *suspender a publicação do «Ecos de Portugal» durante algum tempo – pelo menos até que a inflação chegue a níveis suportáveis e a chamada «indexação» deixe de constituir, como os seus solavancos, um perigo para a estabilidade da gazeta. Só assim voltaremos à liça. (...) Devemos esclarecer o seguinte: «Ecos de Portugal» está livre de dívidas. Tem, sim, a haver, algumas centenas de pesos de assinantes atrasados no pagamento e de alguns anunciantes que preferem pagar anualmente a aos quais vamos mandar as respectivas facturas. (...) Se este jornal tiver que desaparecer que fique dele memória digna.⁵»*

Não há dúvidas de que este periódico deixou o seu legado nesta comunidade, porque durante mais de quarenta anos chegou, como referiu Mascarucci, às casas dos imigrantes portugueses residentes em diferentes partes da Argentina, e até no exterior. No decurso da investigação e do trabalho de campo que realizei, alguns imigrantes referiram-se ao periódico: «*Antes do Jornal Português recebíamos o Ecos em casa. Era diferente; eram outras épocas. (...) Na altura era mais difícil saber coisas de Portugal e o jornal trazia-as. (...) Foi pena ter desaparecido, mas nessa época as condições económicas do país eram muito difíceis.*»

De facto, o Ecos de Portugal deixou de ser produzido e distribuído durante umas das maiores crises económicas que atravessaram a Argentina.

Em plena ditadura militar, num país com uma inflação descontrolada e uma profunda instabilidade política e institucional, parece ter sido impossível para os seus proprietários manter a estrutura, por mais simples que esta fosse, e sustentar o periódico, que tinha despesas fixas. O problema da sustentabilidade económica do Ecos de Portugal, como de muitos outros empreendimentos, é uma questão que se coloca e que mais adiante tentaremos explicar.

⁵ Editorial extraído do Ecos de Portugal n.º 585, de 30 de Julho de 1979, o último exemplar do periódico a ser lançado.

Quando no inquérito se perguntou aos imigrantes se estes recebiam em casa outro órgão de comunicação de origem portuguesa para além da RTP Internacional, 44,3% dos inquiridos afirmaram que sim.⁶

RECEBE EM CASA OUTRO ÓRGÃO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS?

	%
Sim	44,3
Não	55,7
Total	100,0

Destes, o órgão de comunicação mais difundido² entre os entrevistados é o Jornal Português. O segundo é a «rádio», isto é, os imigrantes ouvem as emissões de rádio da comunidade portuguesa realizadas em diferentes emissoras de rádio, transmitidas tanto em AM como em FM. Só em terceiro lugar aparece um órgão de comunicação produzido em território português, o Emigrante/Mundo português.⁷

RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS SE SIM, QUAL? SE NÃO, QUAL?

Qual?	Percentagem (%)
Jornal Português	61,1
Programas de Rádios	25,0
Mundo Português	11,1
Outros	2,8
Total	100 %

O Jornal Português de Buenos Aires foi fundado por Joaquim Coelho Campina, em 2001, e desde então chega às casas dos portugueses residentes na Argentina através do correio e mediante assinatura. Este periódico é o único editado em português e vendido na Argentina. «Temos 1300 assinantes de todo o país. (...) Todos eles são portugueses ou luso-descendentes interessados em saber do seu país e da sua comunidade», explica com orgulho o lisboeta, radicado em Buenos Aires desde a década de 1950.

⁶ Moura, 2008a, p. 8.

⁷ Moura, 2008b, p. 8.

O Jornal, como é denominado pelo seu fundador e principal responsável, é impresso nos últimos dias de cada mês e colocado no correio na primeira segunda-feira dos 12 meses do ano. «Não temos férias: o Jornal continua e tenta crescer. O que interessa é que chegue aos leitores.»

Campina afirma que a tiragem mensal é de 3000 exemplares, os quais são distribuídos em pontos estratégicos, como «a Embaixada, os clubes e associações e os comércios dos portugueses». Pretende-se que «o Jornal seja lido pela maior quantidade de pessoas possível».

Por isso é importante descodificar a «identidade» destes emigrantes portugueses e tentar estabelecer quais são as revivificações que operam e como se apropriam – se é que o fazem – dos conteúdos recebidos através da leitura do Jornal Português da Argentina no contexto familiar e da comunidade na qual estão inseridos.

COMUNICAÇÃO SOCIAL

A informação deve ser entendida como a transmissão de saber, dados ou mensagens. Já a comunicação refere-se à «partilha de uma mesma experiência de vida por parte de pessoas que se reconhecem reciprocamente como detentoras de uma identidade comum.» (Rodrigues 2000, p. 29)

Por outro lado, os meios de comunicação social exercem, segundo Teun Van Dijk (1995), um efeito de dominação. Isso acontece a nível discursivo e é preciso ter em atenção a forma como as estruturas e estratégias discursivas se relacionam com as instituições e os seus públicos.⁸

A «notícia é uma representação social da realidade quotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção dum mundo possível» (Alsina, 1989, p. 185). A notícia aparece como o resultado da prática jornalística.

«A função de construção dos acontecimentos para a socialização e a constituição da opinião pública gera um alto grau de responsabilidade, dado o alcance e o efeito de naturalização dos discursos dos media» (Martini, 2000, p. 19). Para Martini, isso pode provocar duas situações: que se comercialize a notícia como qualquer outra mercadoria ou

⁸ Van Dijk, 1995.

que se crie a «espectacularização» da informação, o que virá a provocar a banalização do interesse público.

Além disso, as fontes de informação são essenciais no processo de produção da notícia, sendo fundamentais na construção do discurso jornalístico. Elas são todos aqueles actores sociais, colectivos ou individuais, que proporcionam informações ao jornalista.

Para Campina, a construção da notícia obedece a rotinas de produção simples e esquematizadas, que foram criadas durante estes anos de trabalho:

«Digo algumas coisas através dos meus editoriais, mas tenho claro que os jornalistas – e eu não sou jornalista – nunca chegam a ser totalmente independentes (...). Faço o meu trabalho, e estou satisfeito por isso. Tenho sido feliz com este meu empreendimento.»

O agenda-setting (McCombs, 1976, pp. 58-67) do Jornal Português tem duas origens: a informação proveniente de Portugal, país de origem desta comunidade, e a informação local emanada dos clubes ou instituições, como referimos acima quando falámos das fontes de informação. Isto é, no segundo caso, as notícias e os factos noticiáveis (Van Dijk, 1985) são gerados e/ou criados por aqueles ou pelos seus sócios. Citando Shaw (1979, p. 96), Mauro Wolf (1999, p. 86) afirmou que, «em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas».

Para Lorenzo Gomis (1991, p. 60), o nexó entre as fontes, os jornalistas e o leitor é fundamental. As relações jornalista/fonte podem ser de três tipos: de cooperação, independência ou dependência. «Fontes, comunicação social e público dependem mutuamente e cooperam, mas sempre com uma dose de desconfiança nas suas relações», já que toda fonte é necessariamente «parte interessada» em difundir a sua informação. Portanto, o jornalista tem por obrigação contrapor as fontes.

No caso estudado, as fontes são essencialmente oficiais:

1. Quando se trata de informação sobre Portugal, esta é obtida através do serviço gratuito da Agência LUSA (via Internet) ou dos jornais on- -line portugueses.

2. Quando se trata da informação local, esta provém, em geral, dos clubes e associações portuguesas ou da Embaixada Portuguesa em Buenos Aires.

«Noticiamos o desporto, fundamentalmente o futebol, porque nós informamos os portugueses de cá [Argentina] sobre as suas coisas de lá [Portugal]. O resto não é notícia para nosso Jornal. Em definitivo, são os imigrantes, os nossos assinantes, os que interessam (...). As nossas fontes antes eram o [semanário] Expresso, que chegava todas as semanas, e um serviço da Agência Lusa que chegava através da Embaixada [de Portugal em Buenos Aires]. Hoje são basicamente os serviços gratuitos da Internet», explica o imigrante português.

Por outro lado, é fulcral definir o conceito de «secção». Nos jornais, a secção demarca temas e classifica a organização do órgão de comunicação, gerando uma clara posição deste face aos acontecimentos que serão notícia, já que os posiciona num determinado sector.

O Jornal Português possui uma demarcação clara. «A capa sempre é portuguesa. Tenho muita coragem com isso: escolho sempre notícias muito importantes», refere Campina. As primeiras 5 ou 6 páginas «são dedicadas a Portugal e a acontecimentos de lá. As páginas centrais são dedicadas ao desporto em Portugal, e as últimas páginas às comunidades portuguesas da Argentina.»

De facto, o periódico está dividido em secções e estas obedecem, segundo as palavras do seu director, a uma ordem de importância noticiosa por si estabelecida: «O que escolho como notícias portuguesas [com origem em Portugal ou que dizem respeito ao país ou ao Estado português] são notícias que servem para os assinantes olharem para o futuro (...). Como [a periodicidade] é mensal, não posso noticiar que a Polícia matou dois ladrões, o dia-a-dia. (...) Isso não me interessa. (...) Interessa-me o que tem a ver com a comunidade, ou seja, o que se faz em Portugal e pode ser importante para os imigrantes que cá vivem – isto é, informações consulares, do Conselho Permanente das Comunidades Portuguesas em Lisboa, etc., (...) e outras que mostrem como está o nosso país na actualidade». O objectivo é que «os portugueses que vieram para cá há muitíssimos anos saibam que Portugal hoje é um país totalmente diferente daquele [no qual] alguma vez viveram», motivo pelo qual o imigrante se sente orgulhoso de as mostrar aos seus leitores:

«É preciso dizer que foram ou serão construídas auto-estradas (...), os avanços que existem lá. A minha informação cultiva um pouco os portugueses, os leitores, sejam eles de escolaridade baixa, média ou alta. O meu objectivo é que eles fiquem mais ricos, mais conhecedores do seu país e da realidade deste.»

Quando tentei estabelecer o princípio editorial da publicação, o responsável pelo Jornal Português frisou a necessidade de privilegiar o que se passa em Portugal: «não quero nunca deixar de informar a minha comunidade sobre o que se passa na sua terra; depois, sim, coloco o que se passa na Argentina». Assim, a hierarquização é clara e simples: primeiro a informação proveniente da terra de origem; no final, os acontecimentos de ordem local.

Joaquim Campina confessa não ser a política um dos seus principais interesses: «O PSD, o PS, as notícias políticas, pouco interessam a comunidade (...). Interessa-me o primeiro-ministro e o Presidente da República. (...) O resto não. (...) Este ano [2007] demos muita relevância ao Tratado de Lisboa e à actuação de José Sócrates como presidente do Conselho da União Europeia. (...) António Guterres nas Nações Unidas [Alto Comissário para os Refugiados], por exemplo, é um orgulho, e por isso faço para saber dele, ou de Durão Barroso como presidente da Comissão Europeia. Isso é o que interessa: como está a elite portuguesa que vinga no mundo, e o meu jornal mostra isso.»

É interessante salientar aqui que o proprietário do periódico, no decurso desta entrevista, usa nas suas respostas a primeira pessoa do singular, criando igualmente uma sistemática apropriação da sua empresa através de frases como «o meu jornal» ou «a minha informação». É um facto que ele é o proprietário do periódico e, como referimos acima, assume todos os papéis e funções dentro da sua empresa, pelo que a transforma quase numa «empresa individual». Isto é, a notícia, o bem essencial de um órgão de comunicação social, parece transformar-se num bem próprio, criado por ele e oferecido aos seus assinantes como um produto só seu, entregue ao seu público.

Por outro lado, Campina transforma, usando os termos de Sartori (2000, p. 57), um facto proveniente de um acontecimento qualquer, seja este um acontecimento ou um pseudo-acontecimento, em notícia. O autor italiano afirma que o pseudo-acontecimento «é um acontecimento produzido para a televisão», para ser noticiado, uma situação criada para ser notícia. Se pensarmos nas informações alinhadas e apresentadas no periódico,

poderíamos afirmar, a partir desta perspectiva, que as celebrações religiosas da comunidade, as festas de aniversário e as eleições das rainhas das associações ou dos clubes portugueses não são outra coisa senão pseudo-acontecimentos, isto é, eventos criados propositadamente para reunir as pessoas que acabaram por se transformar num acontecimento digno de ser noticiado.

Neste caso, parece pertinente referir que Pierre Bourdieu, debruçando-se sobre o trabalho jornalístico, aborda especificamente os mecanismos de censura que são exercidos sobre os conteúdos televisivos e a lógica actual e predominante das audiências, abordagem esta que pode servir para compreender esta apropriação da «notícia». Segundo o sociólogo francês (Bourdieu, 2005, p. 14), a televisão exerce uma forma de «monopólio sobre a formação dos cérebros» de uma parte importante da população, sobretudo daquela que não tem facilmente acesso a outros meios de informação para além da TV, «preenchendo o tempo raro com vazio, com nada ou quase-nada, afastando as informações pertinentes que o cidadão deveria possuir para poder exercer os seus direitos democráticos».

Os jornalistas assumem um papel fundamental na transmissão da realidade difundida pela TV, pois operam uma selecção e uma construção das informações que são emitidas. Para Bourdieu (2005, p. 14), estes profissionais usam uma espécie de «óculos que vêem certas coisas e outras não».

Esse princípio de selecção liga-se à busca do sensacional, do espectacular, do que rompe com o habitual, mas que em nada altera as formas de pensar e reflectir sobre o mundo. Além disso, a imagem carrega a agravante de poder produzir aquilo a que o sociólogo chama «efeito de real» (Bourdieu, 2005, p. 14), ou seja, «poder fazer ver e fazer crer no que faz ver». Portanto, a selecção realizada pelos jornalistas constitui uma forma de censura sobre as acções e os discursos transmitidos, moldando o posterior debate público sobre os mesmos.

Na linha de Bourdieu, poderíamos afirmar que este imigrante se apropria das informações e cria a sua própria rotina de informação. Com isto, não censura, mas exclui, pelo que se transforma no seu próprio gatekeeper: uma espécie de porta que determina a entrada ou não das informações que mais tarde se poderão vir a transformar em notícias nas redacções dos jornais.

Este indivíduo – ou grupo de indivíduos, dependendo da magnitude do órgão de comunicação – é o primeiro a determinar se as informações chegadas à redacção são ou não susceptíveis de vir a ser notícias, porque na realidade estas são o resultado de uma escolha pessoal feita pelo jornalista.

O gatekeeper tem o seu maior representante na figura do editor. No caso do Jornal Português, tudo passa pelas mãos do seu criador. A figura aparece ainda mais alargada porque o que este decide que é notícia será quase de certeza incluído na edição seguinte. «Só não aparece se não há espaço».

Quando isso acontece, ou seja, quando tenho muitas notícias, tenho que voltar a escolher e algumas ficam de fora. É inevitável», refere Campina. Neste momento das rotinas de produção jornalística gera-se um processo de dupla clivagem (Gomis, 1991, p. 60), isto é, estabelece-se um processo de selecção e hierarquização da informação no qual o gatekeeper desempenha um papel fundamental. Mais tarde os editores e jornalistas nas redacções realizarão uma reapreciação dos conteúdos e transformarão estas informações em notícias, baseando-se em aspectos como o seu valor noticioso, o espaço disponível no jornal (Van Dijk, 1985) e as fontes das quais estas informações provêm. No caso investigado, todo o processo está nas mãos de uma única pessoa e, assim sendo, a ideia de um «one-man paper» parece fazer sentido.

O JORNAL

A forma como é produzido o Jornal Português evoca o conceito de «one-man paper»⁹, o qual se refere aos primeiros jornalistas ingleses que, no decurso do século XVII, faziam eles próprios os seus periódicos, em geral constituídos apenas por uma página. O jornalista construía as notícias, imprimia a publicação e até a divulgava.

O primeiro periódico inglês a ter uma edição regular foi o Weekly News (1622-1641). Realizados por uma única pessoa, estes primeiros jornais continham notícias internacionais e alguns comentários sobre os debates parlamentares realizados no Parlamento inglês.

O primeiro jornal diário a contar só com notícias foi o Daily Courant, que nasceu a 11 de Maio de 1702, em Inglaterra. Este jornal destaca-se por ter sido o primeiro a dedicar-

⁹ Giovannini, 1987.

se exclusivamente às notícias numa época em que os artigos de opinião eram predominantes nos periódicos. Criado pelo jornalista Samuel Buckley, o Daily Courant separou as notícias dos comentários, transformando o conceito destes periódicos, e com ele a forma de construção das notícias. A partir daqui, estabelecer-se-á a diferença entre artigos de opinião e notícias.

Bonixé (2003, p. 10) afirma que «os sistemas miniaturizados», em contraposição aos massivos, «oferecem a possibilidade de uma apropriação colectiva dos meios de comunicação social, não só às massas, como também às minorias, e a grupos minoritários.» Se bem que o responsável do periódico que é o eixo deste estudo acredite ter uma equipa importante, cujas rotinas e modos de produção estão muito mais avançados do que as existentes no século XVII e XVIII, a construção da notícia passa quase exclusivamente pelas suas mãos, pelo que este conceito antigo aparece como pertinente.

O periódico de Joaquim Campina conta com 16 páginas, mas é pensado e escrito quase na totalidade por ele. Campina acumula as funções de gatekeeper, jornalista, chefe de redacção, editor-chefe, dispõe os temas de capa, etc. De facto realiza a produção integral do periódico. Existem outras pessoas que o acompanham na «aventura do Jornal», mas estas entram em acção, na sua maioria, na segunda etapa de construção de cada edição, isto é, nos momentos posteriores à escrita jornalística.

Por outro lado, é claro que também existe neste periódico, como em todos os órgãos de comunicação, um conflito entre o espaço redactorial e o publicitário (Van Dijk, 1985), mas em geral esta situação é pacífica. «Eu decido isso», afirma o imigrante português residente na Argentina.

«O Jornal é feito por mim», diz Campina, para quem a estrutura empresarial está bem montada: «tenho duas pessoas que fazem o desenho gráfico e a paginação, uma tradutora, um fotógrafo, várias pessoas que são correspondentes e uma série de pessoas que fazem a recolha das assinaturas e a cobrança destas. (...) Ao todo são 8 ou 9 pessoas que trabalham neste projecto. (...) Delas, só o fotógrafo e os donos da tipografia não são de origem portuguesa; o resto são filhos ou netos de portugueses». Para Campina isso é fundamental, porque a paginadora «tem de ser uma pessoa que conheça a realidade da comunidade, conheça a língua e não cometa muitos erros de português. A escolha é essa: pessoas ligadas à comunidade e preparadas para este tipo de trabalho».

Neste aspecto, o critério linguístico é coincidente com aquele que foi identificado num estudo anterior sobre as emissões de rádio da comunidade portuguesa na Argentina. Como refere Bourdieu, «estas são as relações de força linguísticas: as relações transcendentais a uma situação e irreduzíveis às relações de interacção tais como podem ser captadas nas diferentes situações» (Bourdieu, 1980, p. 15). Portanto, para utilizar a língua nacional do seu país, neste caso o português, é necessário que os intervenientes na construção do periódico possuam o «capital linguístico» que de acordo com Bourdieu constitui uma mais-valia e uma forma de «poder sobre os mecanismos de formação dos preços linguísticos, o poder de fazer funcionar em benefício próprio as leis de formação de preços e deduzir delas a mais-valia específica. Todo o facto de interacção, toda a comunicação linguística, todas as interacções linguísticas, ainda que entre duas pessoas, entre colegas, entre um rapaz e uma rapariga, aparecem como uma espécie de micro-mercados que permanecem sempre dominados pelas estruturas globais» (Bourdieu, 1980, p. 16).

Segundo Bourdieu, «as leis do mercado exercem um efeito muito importante de censura sobre aqueles que só podem falar em situações familiares e que são condenados ao silêncio em situações oficiais onde se colocam jogos políticos, sociais e culturais importantes. (...) O efeito do mercado que censura a linguagem corrente (...) é um caso particular de um efeito de censura mais geral (...): cada campo especializado tem as suas próprias leis e tende a censurar as palavras que não são ditas conforme as leis do mercado» (Bourdieu; 1980:15)

De certo modo, ao ser escrito em português, o periódico estabelece uma censura, ou melhor, fecha o seu circuito comercial e o seu mercado linguístico aos membros da comunidade e às pessoas que de alguma forma lhe estão ligadas. O Jornal, afirma o seu mentor, «pretende ser um elo de ligação entre todos os portugueses que [moram] na Argentina» e «ajuda a unir os luso-descendentes. De facto, muitos que não conheciam Portugal ou as comunidades e os seus clubes conheceram-nos através do Jornal».

Entretanto, os portugueses residentes na Argentina afirmaram nas entrevistas realizadas que se revêem no Jornal Português porque nele aparecem as suas actividades, as suas notícias. Um imigrante comentou: «No Jornal de Campina [como foi designado por muitos], aparecemos, podemos ler que existimos, que fazemos coisas por Portugal. Na RTP

Internacional nunca há nada nosso. Campina interessa-se por nós, vem ao clube... (...) Os jornalistas da RTP Internacional, não. Fico triste porque nunca aparecemos na TV. (...) Aparecem pessoas de outros países, e do nosso, nunca... nada.»

É importante sublinhar aqui que este «nosso» se refere à Argentina e não a Portugal. Estes imigrantes estão tão cristalizados na sociedade argentina que incorporam duas identidades misturadas, «híbridas»: são portugueses quando falam de Portugal, o seu país de origem, mas também se apropriam do território argentino, local onde vivem há décadas e que tomam como próprio. Por isso, sistematicamente se fundem e confundem essas duas territorialidades e, com elas, as duas «posses» do espaço territorial. O termo «nosso país» pode referir-se à origem ou ao local de acolhimento: depende do contexto em que esteja enquadrado o discurso.

A maior parte dos inquiridos neste estudo tem entre 60 e 70 anos de idade (47,8%). Se fosse possível juntá-los aos portugueses com idades compreendidas entre os 70 e os 80 anos (18,9%) e aos abrangidos na variável «outros», concluiríamos que estávamos perante uma comunidade envelhecida e que na sua esmagadora maioria está em idade de reforma ou muito próxima disso.

Faixa Etária (Idade)

Idade	Percentagem (%)
De 40 a 50 anos	2,2
De 50 a 60 anos	20,0
De 60 a 70 anos	47,8
De 70 a 80 anos	18,9
Outros	11,1

E, então, quem recebe este jornal? Os assinantes do Jornal Português são na maioria (50%) imigrantes portugueses que estão na faixa dos 60 a 70 anos de idade, o que não destoa do perfil geral da comunidade:

FAIXA ETÁRIA (IDADE)/RECEBE EM CASA OUTRO ÓRGÃO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS
FAIXA ETÁRIA (IDADE) / RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS

		RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS	CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS
FAIXA ETÁRIA (IDADE)		Sim	Não

De 40 a 50 anos	FAIXA ETÁRIA (IDADE)	,0%	100,0%
	RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS	,0%	2,6%
De 50 a 60 anos	FAIXA ETÁRIA (IDADE)	38,5%	61,5%
	RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS	16,7%	20,5%
De 60 a 70 anos	FAIXA ETÁRIA (IDADE)	48,4%	51,6%
	RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS	50,0%	41,0%
De 70 a 80 anos	FAIXA ETÁRIA (IDADE)	37,5%	62,5%
	RECEBE EM CASA OUTRO MEIO DE INFORMAÇÃO PORTUGUÊS	20,0%	25,6%

Por outro lado, numa comunidade onde o índice de escolaridade é baixo, a leitura é um ponto fundamental. De facto, só 28,1% dos inquiridos completaram o ensino primário da altura, isto é, os 4 anos de escolaridade obrigatória.

De resto 35,8% frequentaram entre 1 e 4 anos, não completando, contudo, a escolaridade obrigatória. Os imigrantes que não frequentaram a escola ascendem a 17,2% do total.

NIVEL DE ESCOLARIDADE

	%
0 anos	17,2
1-4 anos	35,9
4 anos	28,1
Outra	18,8
Total	100

Quando se perguntou quais as línguas utilizadas no dia-a-dia pelos membros desta comunidade, 57,3% responderam que é o espanhol; 34,8% assumiram-se bilingues (utilizadores do espanhol e do português) e só 7,9% responderam que usam o português. Isso é confirmado através de outras variáveis que não serão incluídas neste trabalho e que permitem afirmar que estes imigrantes falam espanhol nos seus locais de trabalho e na vida diária, mas que no seu quotidiano (em casa) falam português.

LINGUA (S) QUE UTILIZA NO SEU DIA-A-DIA

LINGUA (S) QUE UTILIZA NO SEU DIA-A-DIA	%
Português	7,9
Espanhol	57,3
Português e espanhol	34,8
Total	100,0

Procurou-se igualmente apurar o «nível de conhecimento da língua portuguesa», tanto falada como escrita, dos membros desta comunidade. Os portugueses afirmaram ter um bom conhecimento da língua nas duas vertentes restava, porém, esclarecer qual o entendimento que estes imigrantes tinham acerca dos níveis estabelecidos pela investigação.

Para isso, tomaram-se como referência as respostas dos inquiridos às perguntas abertas do questionário que lhes foi endereçado, bem como as entrevistas individuais, na terceira fase da investigação (entre Novembro e Março de 2007). Verificou-se então que o nível de conhecimento da língua é baixo e em alguns casos quase inexistente: o isolamento e a cristalização do espanhol deram origem a uma mistura, uma língua híbrida que não é português mas também não é espanhol, como referiu um dos entrevistados: «nós falamos portunhol, uma mistura de tudo, mas entendemo-nos».

NÍVEL DE CONHECIMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA Falado

NÍVEL DE CONHECIMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA Falado	%
Falado Muito Bom	22,7
Falado Bom	53,4
Falado Regular	22,7
Falado Fraco	1,1
Total	100,0

NÍVEL DE CONHECIMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA Escrito

NÍVEL DE CONHECIMENTO DA LÍNGUA PORTUGUESA Escrito	%
Escrito Muito Bom	18,2
Escrito Bom	41,6
Escrito Regular	27,3
Escrito Fraco	10,4
Não sabe escrever	2,6
Total	100,0

CONTRATO DE LEITURA

Neste periódico, como em todos, existe um contrato de leitura tácito estabelecido entre o emissor e o receptor da mensagem. Neste caso, todos os intervenientes do processo estão relacionados, já que o emissor (Joaquim Coelho Campina) faz parte da comunidade – situação que se verifica também no caso dos programas de rádio da comunidade.

O director do Jornal Português de Buenos Aires aparece numa dupla clivagem, ou seja, como emissor de um discurso noticioso relevante para a comunidade de pertença mas também como membro importante dela – recorde-se que já foi presidente do Conselho das Comunidades Portuguesas e representante da Argentina no mesmo organismo, que, segundo o Diário da República, é um «órgão de consulta do governo português para as políticas relativas à emigração e às comunidades portuguesas, e representativo das organizações não governamentais portuguesas no estrangeiro».

«Toda a produção de sentido é necessariamente social: não se pode descrever nem explicar satisfatoriamente um processo significativo, sem explicar as suas condições sociais produtivas. Todo o fenómeno social é, numa das suas dimensões constitutivas, um processo de construção de sentido, qualquer que seja o seu nível de análise» (Verón, 1996, p. 125). O discurso jornalístico é um processo de produção de sentido: assim o entende Eliseo Verón, porque possui as suas características principais e gera sentido para os seus leitores.

Verón afirma na sua teoria dos discursos sociais (1996, p. 128) que os discursos são gerados por outros discursos anteriores porque o que interessa num discurso são as condições de produção, e estas condições fazem com que os emissores gerem novos discursos. No caso do Jornal Português, como o produtor de sentido, isto é, o imigrante que realiza o periódico de mês a mês, faz parte da comunidade e nela participa de uma forma activa, como foi explicado acima, os discursos estão todos interligados e geram sentidos.

Na comunidade portuguesa residente na Argentina, este periódico sustenta e reproduz de alguma maneira a rede de relações entre os seus membros: serve de elo de ligação entre eles e une-os no sentido de grupo. Permite-lhes comunicarem entre si, saberem uns dos outros e, sobretudo, estarem informados das suas actividades, pelo que as notícias sobre a comunidade são fundamentais.

Neste contexto, a ideia de contrato leitura de Verón torna-se fundamental, já que sem dúvida existe um contrato entre quem emite e quem lê. Para este autor, o contrato de leitura é a relação existente entre o suporte (periódico) e a sua leitura: como estes dois se vinculam e como é produzido este vínculo.

Para Salomão (2003, p. 46), «dentro da praxis comunicativa, os contratos revelam-se na credibilidade que determinado veículo alcança, as concessões que são obrigados a fazer em termos de programação em função de exigências do público, a exigência do estabelecimento de uma ‘identidade estética’ e explicitação das maneiras de abordagem das coisas do mundo.»

«Pretendo ser um elo de ligação com Portugal», afirma Campina, «com a terra, porque os emigrantes precisam de conhecer o seu país – um país que é totalmente diferente do que eles conheceram (...). Mas, sobretudo, ser um elo com os clubes e associações espalhados pela Argentina que sirva para dar visibilidade às suas actividades (...) e para que comuniquem entre eles».

Neste âmbito, a leitura do jornal torna-se um elo de ligação essencial com a «pátria», já que a distância torna difícil o contacto directo. Por isso, no âmbito da investigação, foi preciso estabelecer quais os eixos centrais da identificação destes imigrantes com a sua origem e apurar se este Jornal ajuda à criação e ao desenvolvimento de uma identidade e cultura nacionais, já que, nas palavras do seu director, foi criado com o objectivo de «chegar à maior quantidade possível de portugueses imigrantes que estão espalhados por diversos pontos da Argentina».

Segundo Campina, todas as associações e clubes portugueses (22 ao todo no território argentino) recebem exemplares do seu órgão de comunicação, e todos têm assinantes entre os seus associados. Por isso, «em todas as edições, na contracapa, dou um espaço publicitário gratuito à maioria dos programas que existem na comunidade (...). Somos poucos e, se não nos ajudarmos uns aos outros, torna-se difícil (...). Ali encontram-

se os nomes, os horários, os telefones e as sintonias dos programas da comunidade emitidos aos fins-de-semana», explica Campina. As emissões, cerca de 10 entre a Cidade Autónoma de Buenos Aires e a área metropolitana da província de Buenos Aires, mostram que existe interesse tanto dos ouvintes como dos produtores. Assim, podem ser ouvidos, entre outros, os seguintes programas: «Portugal Hoje»,¹⁰ «La Voz del Clube Português»¹¹, «De Portugal, Música e Información»,¹² «Portugal n´América»,¹³ «La Voz del Club Portugués de Esteban Echeverria»,¹⁴ «Saudades de Portugal»,¹⁵ «Matando Saudades»,¹⁶ etc.

Vale a pena sublinhar que todos os nomes dos programas fazem, de alguma maneira, referência a Portugal, e que a grande maioria está ligada a alguma instituição ou associação portuguesa¹⁷ – dois deles aludindo mesmo directamente aos nomes das instituições a que pertencem.

JORNALISMO DE PROXIMIDADE

Nos últimos anos o conceito de «proximidade» ganhou espaço no âmbito dos estudos dos media. Segundo o seu editor, o Jornal Português assume quase altruisticamente a postura de periódico de proximidade: «com o Jornal consegui estabelecer um elo de ligação entre os imigrantes portugueses que vivem na Argentina que antes não existia. Através do meu Jornal uni as pessoas», diz Campina.

Pedro Coelho afirma que a televisão de proximidade é «aquela que emite conteúdos produzidos dentro de determinada comunidade e a ela relativos: entre a televisão e os seus destinatários estabelece-se um pacto comunicacional, um acordo, que assenta a sua base na vontade comum de progresso e desenvolvimento da comunidade. O instrumento desse

¹⁰ Transmitido aos domingos, das 10 às 12 horas, na Rádio del Pueblo (AM 750), com Fernando Maciel e Manuel da Costa.

¹¹ Transmitido aos domingos, das 10 às 11 horas, na Rádio Soberanía (AM 890), com Daniel Viegas e Daniel Ferreira. O mais antigo programa de rádio da comunidade portuguesa da Argentina é do Clube Português, também a instituição com mais anos de existência na Argentina.

¹² Transmitido aos sábados, das 10 às 11 horas, na Rádio Urbana (AM 770), com Verónica Figueiredo

¹³ Transmitido aos domingos, das 12 às 15 horas, na Rádio Estirpe Nacional (AM 1250), com Francisco Martinho.

¹⁴ Transmitido aos domingos, das 09 às 10 horas, na Rádio Excelior (AM 1160), com Aníbal Quiroga e José Maria Torres (www.am1169.com.ar). Como o seu nome indica, pertence à instituição homónima.

¹⁵ Transmitido aos sábados, das 14 às 15 horas, na Rádio Gral (AM 610), com José Maria Rodrigues.

¹⁶ Transmitido aos domingos, das 21 às 22 horas, na Rádio Excelsior (AM 73 e FM 91.5), com Juan Manuel e Laly Dias da Silva.

¹⁷ Existem 13 instituições ou associações de imigrantes portugueses nesta área.

pacto é, de facto, os conteúdos emitidos por estes canais, definidos a partir dos problemas comuns da comunidade e susceptíveis de promoverem a participação dos destinatários nos debates e discussões suscitados pela emissão desses conteúdos.» (Coelho, 2007, p. 321)

Este conceito adquire claramente a dimensão de um contrato de leitura baseado nessa proximidade que o Jornal Português assume como fundamental para a sua existência. «A ideia nasceu porque sempre existiu um meio informativo na comunidade. Primeiro foi o Ecos de Portugal,¹⁸ depois o Correio Lusitano, e quando eu cheguei a Buenos Aires [1954] existia A Voz de Portugal – mas todos acabaram. Como deixou de haver jornal da comunidade, (...) havia como que um vazio (...). Eu sempre tinha gostado de escrever, pelo que pensei em criar um (...). Foi para experimentar e estamos assim há 13 anos», conta Campina.

Por sua vez, Carlos Camponez (2002, p. 103) afirma que «as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projecto editorial. É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação.»

No caso estudado, é notório que o sucesso passa pelo compromisso, pelo contrato de leitura que se estabeleceu desde o início com o público-alvo, que neste caso não é local nem regional, mas um espaço comunitário formado pela comunidade portuguesa espalhada pela Argentina: uma comunidade que através deste periódico e dos programas de rádio obtém visibilidade e de alguma maneira comunica entre si.

Para este autor, «o território de pertença e de identidade, ao qual a informação local parece estar ancorada, pode por si condicionar as formas de expressão de uma comunicação de massa, circunscrevendo os media locais e regionais a formas de comunicação mediatizadas a uma escala mais restrita e comunitária» (2002, p. 108).

A «proximidade tem a ver com as realidades sociais que nos rodeiam» (2002, p. 119), pelo que o conceito de «proximidade resulta de uma geometria variável: é mais uma

¹⁸ Manuel Dias (2001, p. 85) afirma que «Por volta de 1942, os portugueses originários da metrópole eram calculados em cerca de 20 mil, possuíam várias instituições de assistência e publicavam alguns jornais: 'Palavra Lusa', 'Ecos de Portugal' e um 'Boletim Comercial.' Em 1949 admitia-se a hipótese de viverem 75 mil portugueses. Em 1950, porém, escrevia-se no Boletim da Sociedade de Geografia de Lisboa: «Como não se pode dispor de números oficiais, calcula-se que devem existir cerca de 40000 portugueses disseminados por todo o país. Porém, só na Capital há umas centenas.»

geometria da identidade – com tudo o que isso implica de criação e recriação – do que uma identidade geográfica propriamente dita» (2002, p. 128).

Nesta óptica, poderia estabelecer-se o âmbito de acção dos meios de comunicação social através de quatro critérios básicos que aparecem claramente demarcados no nosso objecto de estudo, pelo que é pertinente enumerá-los:

- O espaço geográfico de implantação, que também é o lugar de produção e de apreensão dos acontecimentos;
- O espaço da difusão privilegiada e estratégica;
- Os conteúdos partilhados, a informação disponível;
- A selecção do ou dos públicos.

Parece possível afirmar que o Jornal Português, um claro exemplo de periódico étnico, reúne, pelas suas características, as condições básicas que estes dois autores portugueses consideram necessárias para criar um jornalismo de proximidade – uma proximidade que para o criador deste periódico é fundamental e fulcral.

Coelho (2007, p. 321) enfatiza que é necessário que o jornalismo de proximidade dê «voz a todos os implicados no acontecimento, o que supõe, a integração das opiniões marginais e de conflito.» Situação que, na perspectiva do responsável pelo periódico, guia a redacção: «A minha informação sobre a comunidade portuguesa da Argentina é aquela que surge no dia-a-dia», afirma Campina. «Entre outras coisas, tento mostrar a vida dos imigrantes que têm tido sucesso e com isso conto a suas histórias, as suas origens. (...) Tento mostrar os seus sucessos, as suas vidas, para que os outros saibam quem são eles e de alguma maneira sigam o exemplo. E, claro, tento mostrar as actividades dos clubes, que são muitos [22 associações ou clubes portugueses]. Quando não são festas, são aniversários, festas de Fátima, eleições das suas rainhas, etc. (...) Há sempre grandes momentos e tento mostrá-los e dar voz aos intervenientes.»

CONCLUSÕES

Como conclusão exploratória, é importante referir que o Jornal Português, como todos os órgãos de comunicação, constrói um discurso, cria e recria uma realidade, e neste caso específico essa construção é claramente parcial e fragmentada. «No meu Jornal não há um centímetro de jornalismo ‘amarelo’ [sensacionalista]. O que coloco nele é tudo positivo, e

se, como director, vejo que há material ‘amarelo’ para pôr, passo por alto.», assume Campina. «O que ponho é tudo positivo para o nosso país (...). Por exemplo, a Casa Pia: eu não tinha de falar absolutamente nada desse tema porque isso é uma mancha negra para o nosso país, e todos os países tem manchas negras (...). As notícias negativas do nosso país não existem no nosso jornal. Tenho pouco espaço para publicar, por isso é sempre tudo positivo [respira fundo]. E isso faz com que o Jornal tenha êxito».

Nessa construção fragmentária, é claro que se recria um Portugal fragmentado, estereotipado, muitas vezes exibindo alguma magnificência que na realidade não existe. O Jornal Português cumpre a função de dar visibilidade aos imigrantes, mas acaba por criar uma realidade própria e imaginada, como a faz a comunidade portuguesa residente na Argentina: uma realidade criada pelo isolamento e pela distância.

Portanto, infere-se da investigação realizada que este órgão de comunicação permite compreender a construção de laços imaginários, comunitários e identitários entre sujeitos, anónimos ou não (porque muitos deles conhecem-se), associados à utilização partilhada de um mesmo produto cultural, de uma mesma necessidade de partilhar a origem.

Finalmente, adoptando a sugestão de Miller (1997), uma identidade requer que as pessoas partilhem situações que concorrem para a construção uma «cultura pública comum», e estes imigrantes portugueses partilham-nas. Além desta partilha, tanto Campina como os seus leitores possuem um conjunto de acordos acerca do modo como há-de conduzir-se a vida em comum de um grupo de pessoas. Estes imigrantes portugueses constroem uma identidade portuguesa imaginada: uma identidade que existe no seio desta comunidade e que muitas vezes fica reduzida à «aldeia» de onde partiram, mas que faz dela a lembrança do seu Portugal.

BIBLIOGRAFIA

- Alsina, R. (1989) *La Construcción de la Noticia*. Madrid, Editorial Paidós.
- Bonixe, J. L. R. (2003) *As Rádios Locais em Portugal: Informação e Função Social. Uma Análise dos Noticiários das Rádios do Distrito de Setúbal*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa.
- Bourdieu, P. (2005) *Sobre a Televisão*. 3ª ed., Oeiras, Celta Editora.
- Coelho, P. (2006) *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa, Livros Horizonte.
- Coelho, P. (2007) *A função social das televisões de proximidade. Por um modelo de comunicação alternativo*. *Estudos em Comunicação*, 1, Abril, pp. 319-331.

- Diário da República (1996), 4 de Setembro (lei 48/96).
- Dias, M. (2001) *Portugueses no Mundo*. Lisboa, Revista Portugal.
- Giovannini, G. (1987) *Del Pederal al Sicilio. Historia de los Medios de Comunicación Masiva*. Buenos Aires, Eudeba.
- Gomis, L. (1991) *Teoría del Periodismo. Cómo se Forma el Presente*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Martini, S. (2000) *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- Mattelart, A. (2000) *A Globalização da Comunicação*. São Paulo, Edusc-Editorial da Universidade do Sagrado Coração.
- McCombs, M. (1976) *Elaborating the agenda-setting influence of mass communication. Bulletin of the Institute for Communication Research*. Keio, Keio University.
- Miller, D. (1997) *Sobre la Nacionalidad. Autodeterminación y Pluralismo Cultural*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Monteiro, P. F. (1994). *Emigração, o Eterno Mito do Retorno*. Oeiras, Celta Editora.
- Moura, F. (1992) *Colectividades escobarenses: Los portugueses I*. Eugenia. Revista Mensual de Escobar, 4, pp. 10-13.
- Moura, F. (2008) *Presença portuguesa em Escobar* (cap. 1). Jornal Português, Abril, 191, p. 8.
- Moura, F. (2008a) *Presença portuguesa em Escobar* (cap. 2). Jornal Português, Maio, 192, p. 8.
- Moura, F. (2008b) *Presença portuguesa em Escobar* (cap. 3). Jornal Português, Junho, 193, p. 8.
- Moura, F. (2008c) *Presença portuguesa em Escobar* (cap. 4). Jornal Português, Julho, 194, p. 8.
- Rodrigues, A. D. (s/d). *O Campo dos Media*. Lisboa, Vega.
- Rodrigues, A. D. (1979) *La pratique symbolique des travailleurs immigrés*. Revista de História Económica e Social, 4.
- Rodrigues, A. D. et al. (1981) *La pratique symbolique des migrants: résistance à la désappropriation ou mémoire communautaire? Estudos Sobre a Emigração Portuguesa – Cadernos da Revista de História Económica e Social*. Lisboa, Sá da Costa.
- Salomão, Mozahir (2003) *Jornalismo Radiofônico e Vinculação Social*. São Paulo, Annablume Editora.
- Sartori, G. (2000) *Homo Videns – Televisão e Pós-pensamento*. Lisboa, Terramar.
- Van Dijk, T. (1985) *Structures of news in the press. Discourse and Communication*. Berlim, De Gruyter, pp. 69-93.
- Van Dijk, T. (1995) *Power and the news media*. In Paletz, D. ed. *Political Communication and Action*. New Jersey, Hampton Press, pp. 9-36.
- Vatimo, G. (1992) *A Sociedade Transparente*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Vermeulen, Hans (2001) *Imigração, Integração e a Dimensão Política da Cultura*. Lisboa, Colibri.
- Verón, E. (1996) *La Semiosis Social. Fragmentos de una Teoría de la Discursividad*. Barcelona, Gedisa.
- Wolf, M. (1999) *Teorias da Comunicação*. 5ª ed., Lisboa, Presença.