



# **COMUNICAÇÃO, DISCURSO E IDENTIDADE**

**A construção da identidade capixaba nos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna***

Augusto Drumond Moraes

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Milton José Pinto

Rio de Janeiro

Março de 2004

## **COMUNICAÇÃO, DISCURSO E IDENTIDADE**

**A construção da identidade capixaba nos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna***

Augusto Drumond Moraes

Orientador: Prof. Dr. Milton José Pinto

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção título de Mestre em Comunicação.

Aprovada por:

---

Presidente, Prof. Dr. Milton José Pinto  
ECO-UFRJ

---

Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira  
FACOM-UFBA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Paula Goulart  
ECO-UFRJ

Suplente

---

Prof. Dr. Mohammed Elhajji  
ECO-UFRJ

Rio de Janeiro

Março de 2004

## Ficha Catalográfica

Moraes, Augusto Drumond

Comunicação, discurso e identidade: a construção da identidade capixaba nos jornais A Gazeta e A Tribuna/ Augusto Drumond Moraes. – Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2004.

xi, 147 f.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Milton José Pinto

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ ECO/ Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, 2004.

Referências Bibliográficas: f. 153-159.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação, 2004.

1. Identidade Capixaba. 2. Discurso. 3. Jornalismo. I. Pinto, Milton José. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura.

Dedicado aos meus pais, aos meus irmãos,  
a minha sobrinha, e principalmente  
ao meu grande amor Sandra

## **Agradecimentos**

Embora o trabalho de redação, estudo e pesquisa seja uma atividade solitária, nada disso seria possível sem o apoio de outras pessoas e instituições. Assim, meus sinceros agradecimentos a Escola de Comunicação, ao financiamento da Capes. Aos companheiros do Nupec, que mesmo sem perceberem prestaram-me grande ajuda nas reuniões. Ao acolhimento, ajuda, compreensão e grande paciência do meu orientador Milton José Pinto. E principalmente aos meus pais Silvio e Regina, ao meu irmão Thiago, minha cunhada Roberta, minha paixão Sandra e um agradecimento especial ao apoio que tive de minha tia Sueli, meu tio Sérgio e meus primos Igor, Marina e Fabiana. Agradeço também aos amigos que construí nestes dois últimos anos, Rodrigo, Regina e Carmenrosa. Agradeço também a Faculdade JSimões pelo empréstimo do acervo dos jornais garantindo uma liberdade e autonomia para o levantamento dos dados.

## RESUMO

### COMUNICAÇÃO, DISCURSO E IDENTIDADE

#### *A construção da identidade capixaba nos jornais A Gazeta e A Tribuna*

Augusto Drumond Moraes

Orientador: Prof. Dr. Milton José Pinto

Resumo da Dissertação de Mestrado submetida ao programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Este trabalho pretende analisar como a identidade capixaba constitui-se discursivamente nos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna*, os dois maiores e mais antigos jornais do Espírito Santo, entre outubro de 2002 e setembro de 2003. Parte da hipótese de que, ao buscar inserir o capixaba como parte de uma nação brasileira, os jornais do Espírito Santo instituem uma identidade capixaba que, em primeiro lugar, marca a diferença em relação ao outro, e em segundo lugar, procura inserir o Estado do Espírito Santo no contexto nacional. Para efeito desta análise, consideram-se os jornais como um “território”, um campo que marca a identidade capixaba, e que a considera constituídas, vividas e transformadas nas e pelas práticas discursivas. Adota-se como instrumental de análise a semiologia dos discursos sociais.

Palavras-chave: Identidade capixaba, discurso, jornalismo.

Rio de Janeiro

Março de 2004

***ABSTRACT*****COMMUNICATION, DISCOURSE AND IDENTITY****The construction of “capixaba” identity in newspapers *A Gazeta* and *A Tribuna***

Augusto Drumond Moraes

Orientador: Prof. Dr. Milton José Pinto

Abstract da Dissertação de Mestrado submetida ao programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

This work intends to analyze as “capixaba” identity consists of discourses in newspapers *A Gazeta* and *A Tribuna*, the two greater and older newspapers of the Espírito Santo, between October of 2002 and September of 2003. Basic hypothesis is that, when searching to insert “capixabas” as part of a Brazilian nation, the newspaper of the Espírito Santo institute a “capixaba” identity that, in first place, marks the difference in relation to the other, and in according to place, it looks for to insert the State of the Espírito Santo in the national context. For effect of this analysis, the newspapers are considered as territory, a field that marks “capixaba” identity, and that it considers it constituted, lived and transformed into and for the discourses practices. The semiology of the social discourses is adopted as instrumental of analysis.

Keywords: “capixaba” identity, discourse, journalism.

Rio de Janeiro

Março de 2004

## ABREVIATURAS

AD – Análise do discurso

AG – A Gazeta

AT – A Tribuna

I/IR – Eixo Informação/ Identidade Regional

C/IR – Eixo Cultura/ Identidade Regional

IR – Identidade Regional

## ILUSTRAÇÕES

<i>Ilustração 1 – AG (15/12/2002)</i>	134
<i>Ilustração 2 – AG (05/08/2003)</i>	135
<i>Ilustração 3 – AT (28/08/2003)</i>	136
<i>Ilustração 4 – AG (25/09/2003)</i>	137
<i>Ilustração 5 – AG (21/09/2003)</i>	138
<i>Ilustração 6</i>	140
<i>Ilustração 7</i>	140
<i>Ilustração 8</i>	140
<i>Ilustração 9</i>	141
<i>Ilustração 10</i>	141
<i>Ilustração 11</i>	141



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 NOTAS SOBRE A IDENTIDADE.....</b>	<b>20</b>
1.1 PERCURSOS DE UM CONCEITO.....	21
1.2 NOVOS CAMINHOS .....	25
1.2.1 <i>Política da Identidade. Política da Diferença</i> .....	25
1.2.2 <i>A identidade como discursividade</i> .....	28
<b>2 OS DISCURSOS SOCIAIS.....</b>	<b>39</b>
2.1 PERCURSOS.....	42
2.1.1 <i>O texto</i> .....	42
2.1.2 <i>A pesquisa empírica</i> .....	44
2.1.3 <i>Duas tradições</i> .....	46
2.1.4 <i>Uma nova visão</i> .....	47
2.2 A ENUNCIÇÃO.....	51
2.3 O SUJEITO .....	55
2.4 DISCURSO E PRÁTICA DISCURSIVA .....	57
<b>3 O JORNALISMO COMO INSTÂNCIAS MEDIADORAS DA IDENTIDADE .....</b>	<b>69</b>
3.1 A DIMENSÃO SIMBÓLICA.....	72
3.1.1 <i>A noção de contrato</i> .....	76
3.2 A LEGITIMAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO .....	80
3.2.1 <i>A esfera pública</i> .....	84
3.2.2 <i>Campos sociais</i> .....	86
3.2.3 <i>A técnica</i> .....	90

3.3	A MEDIAÇÃO DA IDENTIDADE .....	94
<b>4</b>	<b>ESPÍRITO SANTO: PEQUENO PANORAMA HISTÓRICO E MIDIÁTICO.....</b>	<b>98</b>
4.1	CONJUNTURA HISTÓRICO-POLÍTICO-SOCIAL .....	102
4.2	ORIGEM E MEMÓRIA .....	107
4.3	A IMPRENSA NO CONTEXTO CAPIXABA .....	112
4.3.1	<i>O nascimento.....</i>	<i>112</i>
4.3.2	<i>A interiorização.....</i>	<i>115</i>
4.3.3	<i>A maturidade.....</i>	<i>116</i>
4.3.4	<i>O papel do jornal.....</i>	<i>121</i>
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DO CORPUS.....</b>	<b>124</b>
5.1	A IDENTIDADE REGIONAL NOS JORNAIS CAPIXABAS .....	128
5.1.1	<i>O posicionamento dos jornais em relação ao regionalismo .....</i>	<i>131</i>
5.1.2	<i>As marcas iconográficas .....</i>	<i>139</i>
5.2	AS NARRATIVAS DAS QUESTÕES REGIONAIS .....	142
5.2.1	<i>A identidade capixaba: um falso problema.....</i>	<i>143</i>
5.2.2	<i>A inserção da parte no todo .....</i>	<i>144</i>
	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>148</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>153</b>

# INTRODUÇÃO

As transformações tecnológicas dos últimos anos fizeram com que conceitos tradicionais da modernidade entrassem em choque. A identidade, uma das mais controvertidas problemáticas da modernidade e das ciências humanas e sociais é também uma das que mais tem ganhado relevância nos últimos anos. As mudanças ocorridas nas últimas décadas do século passado e nos primeiros anos deste século colocam em destaque situações que se supunham já resolvidas. Conflitos baseados nas disputas religiosas e étnicas que se julgavam findadas com a modernização do mundo retornaram para a surpresa de muitas pessoas.

A realidade das transformações tecnológicas e a reestruturação do capitalismo trouxeram de volta o debate acerca de problemas que se consideravam quase resolvidos. A ampliação das relações sociais conseqüentes do encurtamento do espaço e do tempo decorrentes do desenvolvimento tecnológico e do avanço dos meios de comunicação somados as transformações sociais e do trabalho resultantes da internacionalização econômica podem ser consideradas como responsáveis por esta situação.

Se no pensamento moderno podiam-se encaixar os sujeitos em matrizes societárias com a qual definiam-se as identidades sociais, sempre dentro de um modelo que Lyotard (2000) denominou de *Grands Narrative*, no pensamento contemporâneo não há tal encaixe, pois as concepções modernas são incapazes de explicá-las. Daí a necessidade de se reestruturar as noções com as quais se fundaram os modernos Estados Nacionais e a racionalidade do mundo moderna.

No novo cenário mundial, os sujeitos não vivem mais sob a proteção das fronteiras de seus territórios. Ainda mais que as transformações no mundo contemporâneo forçam uma desterritorialização e uma reterritorialização simbólica do mundo. As divisões nacionais e regionais, que orientavam as fronteiras externas e internas de uma nação deixaram de ser consideradas fixas e estáveis. Oliven (1998) vai inclusive argumentar que as delimitações de uma identidade regional não podem ser dissociadas das questões da formulação de uma identidade nacional pois o regionalismo só pode ser compreendido como internamente homogêneo que vai particularizá-lo dentro de um cenário nacional.

A identidade, conceito controverso e polêmico que durante o desenvolvimento do pensamento moderno tomou caminhos diversos, transformou-se. Polêmica, a discussão em torno da identidade social passou a ocupar posição de destaque nas sociedades contemporâneas, principalmente com o grande desenvolvimento das tecnologias de informação e da comunicação, e a nova estruturação organizacional no mundo. O fato é que o processo de globalização, ao invés de homogeneizar o mundo, trouxe como consequência uma nova articulação entre o local e o global.

As transformações no mundo contemporâneo, a partir daquilo que se convencionou chamar condição pós-moderna (Lyotard, 2000; Harvey, 1992), provocaram profundas transformações nas relações do homem consigo mesmo e nas suas reflexões na constituição do sujeito e na formação das identidades plurais. Como Anthony Kwame Appiah (1997), Homi Bhabha (1998), Edward Said (1990 e 1995), Stuart Hall (1999, 2000, 2003) e outros culturalistas e autores pós-coloniais, só para citar alguns, a constituição de identidades depende de uma relação com o Outro, da diferença e dos objetivos a serem atingidos.

Mas não se pode negar que por mais que, no mundo contemporâneo, na sociedade globalizada, num mundo de comunicação em tempo real em que o espaço ganha novo significado, as pessoas são reais, e as fronteiras, os países, as divisões sóciopolíticas e culturais também fazem parte da realidade do mundo. Nessa perspectiva, prefiro pensar como Appiah (1997) e Woodward (2000). Ao mostrar que as antigas bases com as quais as identidades se definiam, mas num mundo ainda dividido em Estados, povos, religiões, as identidades cumprem um papel social e político. Assim sendo, elas devem ser celebradas. Considerando que as identidades são complexas e múltiplas, Appiah afirma que elas brotam de uma história de respostas mutáveis às forças econômicas, políticas e culturais, quase sempre em oposição a outras identidades previamente definidas. E assim elas, as identidades, florescem em cima de mitos e mistificação, pois a história e as tradições são construídas, como já nos mostrou Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1997).

Por ser constituída, vivida e transformada discursivamente, a identidade não é racionalmente construída. E, assim como todo fenômeno da linguagem, é sujeita ao dialogismo e a polifonia. Assim sendo, não temos o controle total das identidades. E parece ser isso que diz Appiah ao afirmar que na construção das identidades não há espaço para a razão<sup>1</sup>. Para ele, as identidades devem ser celebradas e endossadas, principalmente aquelas que podem oferecer melhores esperanças de promover os objetivos a que os grupos se propõem. As identidades são constantemente reformuladas, e estão, acima de tudo, baseadas em seres reais, em divisões sóciopolíticas reais.

---

<sup>1</sup> É importante ressaltar que a razão a que Appiah se refere é a razão iluminista, ou seja, o racionalismo iluminista é uma forma de pensamento surgido na Europa e foi tomado como universal. Appiah destaca que ver a identidade a partir de uma perspectiva racional iluminista vai de encontro com a experiência vivida por ele. É neste contexto que ele afirma não haver espaço para a razão na construção das identidades.

Procurando fugir do mapeamento de uma certa identidade como modelo pré-fixado e estável, esta dissertação tem o interesse em observar, como se processa a constituição da identidade capixaba, neste caso específico, partir do olhar semiológico das relações sociais. Neste processo, o jornalismo destaca-se com papel privilegiado, sendo parte ativa na produção, transmissão e renovação das identidades.

Não se tem o objetivo de mapear antropologicamente a identidade capixaba, muito menos traçar uma discussão em torno da pós-modernidade. O compromisso deste trabalho é com a mobilização que as práticas discursivas fazem para demarcar socialmente uma identidade de um determinado grupo social. Com Faccin (2002), pode-se afirmar que a identidade regional só pode existir enquanto forma de expressão de determinado grupo se forem observados os mecanismos de construção que passam pelas vias dos discursos sociais. Assim, a identidade regional deve ser entendida como uma disputa de sentido em torno de interesses comuns de uma determinada região, operadas discursivamente e inscritas em um território definido.

Nas ciências sociais, conceitos da cultura e da comunicação estiveram relacionados em sua manifestação simbólica. A dimensão cultural dos grupos sociais quase sempre esteve presente nas pesquisas em comunicação. Dois conceitos tornaram-se importantes nos estudos de comunicação. Na década de 1950, surgiu o conceito de “comunicação de massa”. Na década seguinte, Adorno concebeu o termo “indústria cultural”. Estes dois conceitos vão ressaltar o importante papel que a mídia desempenha na constituição progressiva de um campo simbólico como sistema de relações de produção, circulação e consumo de bens culturais.

Como as ciências sociais conceberam, até pouco tempo atrás, a comunicação midiática tanto como produto (indústria cultural), como meio (meio de comunicação de massa), construiu-se a idéia de que o resultado da comunicação midiática fosse grande responsável pela divulgação e perpetuação de estilos de vida, garantindo a hegemonia de certas classes dominantes. Popularizou-se a partir desta mesma linha de pensamento, a idéia da existência de uma cultura monolítica, homogenia e dominante.

O jornalismo era visto como uma atividade que manipulava a realidade. Nas mãos das classes dominantes, os meios de comunicação reforçavam a cultura hegemônica. Nas das classes menos favorecidas, uma forma de contrabalançar a força. Como instrumento de dominação, caberia às análises descobrir as estratégias sob as quais as ideologias dominantes manipulavam a comunicação.

Neste período, a *Análise de Conteúdos* era um dos instrumentos mais utilizados. Mas as limitações dos métodos e técnicas adotadas logo se mostraram deficientes. A partir da virada lingüística iniciada por Benveniste, novas idéias passaram a ganhar força. Com a enunciação, percebeu-se que para além do que é dito, a forma também guarda muitas informações. Nesse rastro foi-se desenvolvendo a *Análise de Discursos* como instrumento que, na sua forma contemporânea, procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo de sentidos vinculados aos produtos culturais empíricos criados por eventos comunicacionais na sociedade. Estas análises são realizadas associando pistas materiais encontradas nas superfícies do texto às práticas socioculturais, também chamadas contexto ou condições sociais de produção (Pinto, 2002).

A dimensão discursiva tem ganhado cada vez mais importância nos estudos do cotidiano. Percebeu-se que toda ação do sujeito social é fruto de suas práticas discursivas,

pois é a partir destas práticas que o mundo é representado e os sentidos concebidos, e conseqüentemente ascende-se à materialidade. Sendo as identidades discursivamente construídas, vividas e transformadas, a *Análise de Discursos* torna-se instrumental indispensável em qualquer estudo em que se procura descrever a formação destas identidades.

Faccin (2002) procurou mostrar que o jornalismo pode ser visto como um território de identidade na medida em que marca uma forma de olhar e construir simbolicamente a identidade social pela consideração de que a identidade regional é vivida, produzida, reproduzida e transformada nas e pelas práticas discursivas. Assim, as práticas dos discursos sociais da comunicação midiática não podem ser vista meramente como uma aquisição de base informacional da atualidade pelo universo da recepção, inserida na tradição e na conjuntura sócio-cultural, mas considerá-las através das condições pelas quais a identidade regional é vivida, produzida, reproduzida e transformada nas e pelas práticas discursivas.

Ainda com o autor, as identidades não são reflexos objetivos de posições sociais, de valores ou de circunstâncias, nem são reflexo de leis que direcionam para um determinado curso, mas são resultados de uma prática relacional dentro de um espaço público específico. Assim, a identidade regional não está condicionada às categorias sociologizantes, mas na prática efetiva dos homens no espaço social do qual interferem outros saberes, experiências e discursos. A identidade regional é constituída a partir da prática do indivíduo no mundo e esta prática é resultado de uma *práxis* discursiva sendo uma produção coletiva de diferentes formações que concorrem no mercado simbólico.

Considerando o jornalismo como um território de identidades (Faccin, 2002) e levando em conta as condições sócio-históricas do Espírito Santo, levanta-se a hipótese de que os jornais capixabas, ao delimitarem discursivamente a identidade capixaba, o fazem procurando



marcar a identidade o capixaba dentro do contexto nacional, delimitando aquilo que mais define a identidade: a diferença em relação ao Outro. A comprovação desta situação vai de encontro às afirmações de que não existiria uma identidade capixaba. Levando-se em conta que a identidade se constrói sempre num processo de diferenciação com o Outro, vai se observar que o capixaba sabe quem ele é, pois ele sabe quem ele não é e o que não faz parte da cultura do Espírito Santo.

Oliven (1998) afirmou que o regionalismo só faz sentido dentro de um cenário nacional. Neste sentido, só se pode falar em identidade capixaba se buscar compreendê-la em relação ao nacional. É neste sentido que a constituição da identidade capixaba passa, num primeiro momento, pelo processo de diferenciação e de reafirmação destas diferenças, e num segundo momento, inserindo os capixabas como parte de uma nação.

Sabe-se que a mídia local trabalha reforçando uma identidade local. Como afirmou Ruth Reis (2002: 23-25) em sua tese de doutoramento, a construção de um *nós* capixaba parece ser a resposta aos questionamentos sobre a identidade no Espírito Santo. Uma construção identitária que leva deve levar em conta a relação com o Outro, a marginalização do capixaba levanta questões acerca da existência efetiva do capixaba como sujeito coletivo, buscando uma individualidade que deseja ser reconhecida e instituída frente ao outro “de forma que este deixe de se configurar como o outro e passe a inserir no campo do outro”.

No mundo contemporâneo, a mídia tem ocupado papel relevante nas delimitações das identidades. A mediação realizada pela mídia cumpre funções sociais que tradicionalmente eram consignadas ao mito. Cada vez mais os meios de comunicação realizam a mediação cultural, a integração social e a socialização dos indivíduos, fazendo uma oferta discursiva que servem de modelos de pensamento e ação. (Esteves, 2000:24)

A Semiologia dos Discursos Sociais procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados a produtos culturais, entendidos como textos (Pinto, 2002: 11). E estes nada mais são do que as formas empíricas do uso da linguagem verbal, oral ou escrita, ou de outros sistemas semióticos no interior de práticas sociais contextualizadas histórica e socialmente. A partir de uma concepção discursiva da identidade, a Semiologia dos Discursos Sociais torna-se importante metodologia para analisar as delimitações discursivas da identidade nos jornais capixaba.

A escolha da amostragem do *corpus* envolve os dois principais jornais capixabas publicados no período de um ano, entre outubro de 2002 e setembro de 2003, mês este em que *A Gazeta* e *A Tribuna* completam respectivamente 75 anos e 65 anos. Estes são os dois mais antigos, maiores e mais importantes jornais do Espírito Santo. O grupo Rede Gazeta de Comunicações, proprietário de *A Gazeta*, possui ainda mais um jornal, *Notícia Agora*. Decidiu-se deixá-lo de fora da amostra deste *corpus* principalmente pela dificuldade de encontrar o material para pesquisa. O levantamento da amostragem foi feito em mais de 700 edições de jornais, dos quais se podem extrair os textos em que se pudessem observar as marcas de constituição de uma identidade regional.

Como nosso objetivo não é descrever a identidade regional capixaba e seus elementos simbólicos, perspectiva adotada e mais estudada pelos antropólogos e pelos folcloristas, e sim procurar estudar a identidade capixaba sob a ótica discursiva, as opções adotadas acima nos permitirão estudar os jornais capixabas no processo de delimitação discursiva da identidade regional, esta compreendida como fenômeno particularmente sócio-cultural característico de uma determinada região e que tem por objetivo impedir que a identidade local venha submergir na homogeneidade nacional. Os três conceitos básicos que funcionam como

viabilizadores de vínculos estabelecidos no processo de construção da identidade regional capixaba são a identidade, o discurso e os espaços públicos.

Neste sentido, explica-se a adoção da seguinte estrutura para este trabalho. No *Capítulo 1* procurou-se delinear o desenvolvimento das discussões acerca da temática da identidade, buscando finalmente compreendê-la em termos de práticas sociais vividas discursivamente. No *Capítulo 2*, apresentou-se a ferramenta metodológica que se considerou mais adequada para compreender e analisar as práticas discursivas efetivadas nos dois principais jornais do Espírito Santo. Não poderia deixar de buscar a compreensão do jornalismo como um campo que faz a mediação das identidades. Esta tarefa foi realizada no *Capítulo 3*. No *Capítulo 4*, buscou-se levantar o contexto sócio-histórico e cultural do Espírito Santo para se obter subsídios com os quais se poderia contextualizar a principal narrativa acerca da identidade capixaba: o Espírito Santo existe, faz parte do Brasil e também contribui para a nação. Esta análise encontra-se no *Capítulo 5*.

# **1 NOTAS SOBRE A IDENTIDADE**

Nas últimas décadas a identidade tornou-se um dos mais importantes objetos de debates nas ciências humanas, no meio acadêmico-científico e na sociedade. Por ser um conceito controverso, não se pode dizer que se tenha chegado a um consenso nestes debates. Durante o desenvolvimento do pensamento moderno, as discussões em torno da identidade percorreram caminhos diversos. Geraram e continuam gerando muita polêmica. Chegou-se a concluir que a existência de uma identidade era impossível ou que a utilização do termo era inadequada, em alguns casos.

As reflexões em torno do que tornaria os homens semelhantes entre si se transformaram. Assim, o conceito de identidade trilhou vários caminhos até se tornar naquilo que tomamos por identidade hoje. Polêmica, a discussão em torno da identidade social ocupa posição de destaque nas sociedades contemporâneas, principalmente com o grande desenvolvimento das tecnologias de informação e da comunicação. A globalização, contradizendo as previsões de homogeneização cultural, elencou uma série de contradições que teve como consequência um acirramento de uma identidade regional. Hall (1999: 77-89) vai considerar no mínimo três contradições do processo de globalização. Em primeiro lugar, paralelo á homogeneização, há uma fascinação pela diferença, com a mercantilização da etnia e da “alteridade”, o que faz pensar sobre uma nova articulação entre o local e o global, ao invés da sobreposição deste sobre aquele. Em segundo lugar, a globalização é distribuída de forma desigual ao redor do globo, entre regiões e entre diferentes estratos da população dentro das regiões. O terceiro ponto é saber o que é mais afetado pela globalização, já que além ser desigualmente distribuída, ela é um fenômeno essencialmente ocidental.

Embora a identidade seja um conceito controverso, sua reflexão é importante por vários motivos. Em primeiro lugar, as teorias contemporâneas têm demonstrado que as identidades são o resultado de uma prática relacional dentro de um espaço público específico. Em segundo lugar, como Appiah (1997) procura mostrar, a identidade cumpre um papel político no mundo contemporâneo. Ele lembra que as identidades devem ser celebradas e endossadas, principalmente aquelas que podem oferecer melhores esperanças de promover os objetivos a que os grupos se propõem. Deste modo, a identidade estaria condicionada a prática efetiva do homem no espaço social em que vivem e sofreria a interferência de outros saberes, discursos e experiências (FACCIN, 2002).

### ***1.1 Percursos de um conceito***

Já na Antiga Grécia, os filósofos preocupavam-se em entender a essência do homem, sua diferença em relação a outros animais e as semelhanças que tornavam todos os homens iguais. O pensamento organizado sobre o homem e a natureza da filosofia clássica foi sendo substituído com o nascimento da ciência moderna no século XV. A partir do Renascimento, o racionalismo, as idéias de progresso e desenvolvimento e a libertação do indivíduo através da ciência e da cultura começam a tornar-se hegemônicas e no século XVIII, com o Iluminismo, inicia-se a modernização do mundo europeu. As grandes navegações e o processo de colonização da América, África e Ásia colocaram os europeus em contato com povos cujas sociedades se organizavam de forma diversa do modelo de civilização dos colonizadores.

Mas é em meados do século XX que o conceito de identidade que se concebe atualmente é que se torna preocupação acadêmico-científica, principalmente por causa do processo de modernização das sociedades tradicionais que evidenciaram o sujeito social e o colocou no centro das reflexões do pensamento moderno, que tinha como referência as idéias

de evolução, razão e progresso. A identidade tornou-se valor estratégico que permitiu diferenciar claramente o pensamento das sociedades ditas modernas das tradicionais, estas marcadas por uma identidade essencialmente fixa e pré-definida dos indivíduos resultante dos papéis sociais pré-estabelecidos e de uma visão unitária do mundo (ESTEVEZ, 2000:12).

Dois paradigmas têm norteado as reflexões acerca da identidade. De um lado a noção substancialista ou essencialista da identidade, associada ao pensamento cartesiano no qual o homem possui uma única essência, inata e inalterável. Há também contribuições de Locke, para quem a identidade permaneceria a mesma com o sujeito. Essas concepções estão presentes em outros momentos da filosofia, como na idéia do sujeito transcendental (KANT e RUSSELL) ou no sujeito da razão iluminista e que ainda fazem parte de certas teorias que sustentam ideais como o feminismo, a sexualidade e a negritude. De outro lado, a concepção construtivista em que a identidade é vista como resultado de uma construção do próprio EU, sujeito enquanto projeto de cada indivíduo, criado e desenvolvido durante a ação. Nos últimos anos, é essa concepção que tem ganhado mais força (ESTEVEZ, 2002:14; HALL, 1999:23-30).

Para Stuart Hall (1999), as formas de pensar o sujeito social na perspectiva iluminista têm servido de modelo para o pensamento contemporâneo e para os processos que moldam a modernidade. O sujeito do Iluminismo está baseado numa concepção da pessoa humana como indivíduo centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo centro consistiria num núcleo interior que emergiria quando o indivíduo nascesse e permaneceria o mesmo durante toda a sua existência. Esse foco no sujeito do iluminismo é associado à sua constituição como produto de uma sociedade que se modernizava e racionalizava sobre sua estrutura social através da autonomização dos meios técnicos e

burocráticos, e a racionalização era tida como padrão para se alcançar à modernização social e cultural.

Renato Ortiz (2003: 39-40), ao comentar a explicação de Weber para o surgimento do capitalismo do Ocidente, exemplificando o padrão de desenvolvimento ocidental baseado na racionalidade, destacando esta racionalidade na economia (capitalismo), na ciência (medicina), no direito (regras jurídica), na música (harmonia e contraponto) e na burocracia (aparelho de Estado). Apesar disso, Ortiz vai ainda argumentar que estas características destacadas por Weber são meramente comparativas, e que as sociedades Ocidentais são ainda um tanto tradicionais.

A necessidade de se conceber um indivíduo soberano, como o proposto pela racionalidade iluminista, ainda foi muito questionada por algumas pessoas, mas a emergência de uma concepção mais individualista de sujeito foi amplamente aceita. E essa individualidade é marca da modernidade que preza a autonomia e dá importância à descoberta de si mesmo e associa as perspectivas da Vida Boa em geral a um compromisso pessoal (ESTEVEZ 2000: 13).

Na perspectiva do sujeito sociológico, o foco de reflexão se alterou. À medida que a modernização tornava o mundo mais complexo e a consciência de que o núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas formado na relação com “outras pessoas importantes para ele” forçou essa mudança de foco. As sociedades adquiriram uma forma mais social e coletiva e o grupo social mediava os valores, sentidos e símbolos dos mundos que o sujeito habitava. Nessa perspectiva, o sujeito é formado na “interação” entre o eu e a sociedade, mas ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que

esses mundos oferecem. A identidade preenche então o espaço entre o “interior” e o “exterior”, entre o mundo privado e o mundo público. Projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores. Isso contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. Assim, Hall conceitua a identidade sociológica pela reação do sujeito ao contexto, às relações sociais e materiais de uma sociedade.

Sem uma identidade fixa ou essencialista, a identidade do sujeito pós-moderno torna-se uma “celebração móvel”, criada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais. O sujeito assume não mais uma única, mas várias identidades em diferentes momentos. Dentro desse sujeito há identidades contraditórias ou não resolvidas, negociadas em diferentes direções, de tal modo que sua identificação é continuamente deslocada. Se há a sensação de uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é porque o sujeito constrói uma “confortadora ‘narrativa do eu’” (HALL, 1999:13).

Esta perspectiva do sujeito pós-moderno, claramente construtivista, acentua mais o elemento individualista, destacando a identidade como trabalho de uma criação própria, de um eu singular único e próprio. O sistema de consumo é um dos fatores sociais que mais tem contribuído para o reforço dessa tendência. A mediação dos dispositivos de comunicação e informação tem dado grande contribuição a esse sistema. Um exemplo dessa relação indissociável entre consumo e identidade são as marcas de estilo, imagem e de apresentação do indivíduo, o chamado *style and look* (ESTEVES, 2000:14-15).

Nessa linha, trabalho interessante é desenvolvido por Néstor García Canclini, em seu livro *Consumidores e Cidadãos*. Nele, ao tentar entender como as mudanças na forma de



consumir também têm alterado as formas de exercer a cidadania, não deixa de relacionar as identidades na pós-modernidade com a lógica de mercado. As identidades pós-modernas operam mediante a produção industrial de cultura, sua comunicação tecnológica e pelo consumo segmentado e diferido de bens. Aliás, marca presente no pensamento de Canclini<sup>2</sup> é a visão de que as identidades devem ser vistas de modo híbrido.

## **1.2 Novos Caminhos**

No mundo contemporâneo, cada vez mais mediatizado, os sistemas de significação e representação cultural encontram-se ampliados. O sujeito é confrontado com uma multiplicidade cambiante e contraditória de identidades possíveis com as quais ele pode se identificar, mesmo que temporariamente. Isto evidencia a narrabilidade da identidade e seu atributo simbólico constituído pelo e no discurso, e a narrativa.

### **1.2.1 Política da Identidade. Política da Diferença**

Esteves (2000:12) afirmou que por ser essencialmente imutável nas sociedades tradicionais, a identidade não havia se tornado objeto de reflexão. Nestas sociedades, o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque perpetuam a experiência de gerações. É por meio das tradições que essas sociedades organizariam o tempo e o espaço e interpretariam as atividades e experiências particulares, sempre dentro de uma continuidade com um passado, presente e futuro estruturados pelas práticas sociais. (GIDDENS *apud*

---

<sup>2</sup> Para saber mais sobre a hibridação cultural, ver GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da Modernidade. 3ª. Ed. São Paulo: Editora da USP, 2000. e GARCÍA CANCLINI, Nestor. Notícias recientes sobre la hibridación. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de; RESENDE, Beatriz (orgs.). **Artelatina**: cultura, globalização e identidades. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

HALL, 1999:14-15). E é este sistema que determinaria os limites de comportamento, as formas de apresentação, de pensar e de ser de cada indivíduo (Esteves, 2002).

Em contraste, a modernidade tornou a identidade objeto de reflexão. Ela, a modernidade, não seria apenas definida como a experiência de convivência com a mudança rápida, abrangente e contínua, mas também como uma forma altamente reflexiva de vida. As práticas sociais seriam constantemente examinadas e reformuladas a partir das informações recebidas sobre aquelas práticas, o que permitiria alterar constitutivamente, seu caráter (GIDDENS *apud* HALL, 1999: 14-15).

A diferença seria ainda outra característica das sociedades contemporâneas. Se para Harvey (1992: 22) a modernidade envolve não apenas uma implacável ruptura com qualquer condição histórica precedente, mas também uma interminável ruptura e fragmentação interna, para Laclau (*apud* HALL, 1999: 16-17) essas fragmentações causam um “deslocamento<sup>3</sup>”. As sociedades contemporâneas não teriam qualquer núcleo, centro ou princípio articulador que produzisse identidade fixas. O que haveria, a partir do “deslocamento”, é uma pluralidade de centros possibilitando uma multiplicidade de novas identidades e produção de novos sujeitos. Estas sociedades, ao contrário das tradicionais, seriam então atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produziriam uma variedade de “posições de sujeito” (identidades) para os indivíduos.

Por mais que Laclau, Harvey e Giddens (HALL, 1999: 18-22) ofereçam leituras diversas sobre as mudanças do mundo pós-moderno, as ênfases na descontinuidade,

---

<sup>3</sup> Para Laclau, “uma estrutura deslocada é aquela cujo centro é deslocado, não sendo substituído por outro, mas por uma ‘pluralidade de centros de poder’” (HALL, 1999: 16).

fragmentação, ruptura e deslocamento possuem uma linha comum. O posicionamento do sujeito no mundo provoca identidades contraditórias e deslocadas. Como essas contradições estão presentes a todo o momento, não haveria espaço para uma única identidade “mestra” basear uma política de forma segura. Nesse mundo de sujeitos fragmentados, nenhum dispositivo discursivo seria capaz de unir os mais diversos interesses, segmentos e identidades. Os posicionamentos políticos do mundo moderno seriam fragmentados por identificações rivais e deslocantes provenientes da erosão do projeto unificador da identidade da classe e da emergência de identidades baseadas em novas formas políticas, definidas pelos movimentos sociais. O projeto moderno de um sujeito unificado com uma identidade única não é possível.

Estes deslocamentos identitários destacam uma característica interessante da identidade do sujeito no mundo contemporâneo. Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas negociada, podendo ser ganha ou perdida. A identidade tornou-se, portanto, politizada. Esse processo constitui uma mudança da política da identidade para o que pode ser descrito como uma política da diferença.

Appiah (1997) segue o mesmo caminho de Hall (1999). Ele mostra que as bases que serviram para a constituição de identidades são conseqüências do pensamento racionalista do europeu, que numa visão desenvolvimentista colocou o pensamento moderno europeu como um pensamento universal. A identidade baseada na história, na biologia, na religião, na filosofia ou literatura é uma construção. O autor afirma que as identidades devem ser constantemente reformuladas, buscando sempre promover os objetivos do grupo, embora, para ele, na construção das identidades não haveria espaço para a razão.

Para Kathryn Woodward (2000: 25), as identidades em conflito – as identidades contraditórias (HALL) ou deslocadas (LACLAU) – estão localizadas no interior de mudanças sociais, políticas e econômicas, mudanças para as quais elas contribuem. Assim como Appiah (1997) analisa a cultura e a identidade a partir das contradições que os ideais da modernidade não puderam resolver na África, para Woodward, a contemporaneidade é um período histórico caracterizado pelo colapso das velhas certezas e pela produção de novas formas de posicionamento. Se a luta política, nos anos 70 e 80, era descrita e teorizada em termos de ideologias em conflito, hoje ela provavelmente se caracterizaria pela competição e pelo conflito entre as diferentes identidades.

### **1.2.2 A identidade como discursividade**

A transformação pelo qual o mundo passou ao se modernizar e as rupturas dos valores tradicionais em que a sociedade estava enquadrada colocou as discussões em torno da individualidade e da identidade em destaque e revelou a importância estratégica do conceito. A saída encontrada por Hall (2000: 103-104) para evitar a controvérsia e polêmica em torno da palavra identidade foi utilizar o desconstrutivismo de Derrida e aplicar a noção de “rasura” ao termo. Assim, para Hall, na falta de um conceito melhor, o termo identidade é reaproveitado totalmente desconstruído e destotalizado de seus paradigmas anteriores, e assim a identidade torna-se um desses conceitos que opera “sob rasura”, mas sem o qual não se pode pensar diversas questões importantes no mundo contemporâneo.

Importante é perceber que as teorias contemporâneas têm demonstrado que as identidades sociais não são o reflexo objetivo das posições sociais nas quais o sujeito se localiza e nem são derivadas de princípios de uma verdadeira natureza interior, classe ou raça.

A emergência da identidade está relacionada com uma posição política do homem e dos grupos frente a outros homens e grupos (GEERTZ *apud* FACCIN, 2002: 40).

A utilização da categoria “posição de sujeito” e o destaque para os sistemas de representação, compreendidos como atribuidores de sentido ao real e portanto construtivos da realidade, demonstram que as identidades são discursivamente construídas. Essa será a postura adotada neste trabalho, ao se basear na proposta da Semiologia dos Discursos Sociais<sup>4</sup> como método de análise.

Há outro ponto de convergência ao se falar de identidade nos Estudos Culturais e na Semiologia dos Discursos Sociais: a atuação dos sistemas de representação, que classificam o mundo e as relações sociais, num processo de relações de poder. Toda prática social é marcada pela linguagem e, portanto, pela ideologia e pelas as disputas de poder. As identidades, como sistema de relações e representações, são diversas e cambiantes, negociadas nas práticas sociais e nos sistemas simbólicos, por meio dos quais os sentidos são atribuídos a posições de sujeito.

Autores, como Michel Foucault, Félix Guatarri, Gilles Deleuze, Jean Baudrillard, Fredric Jameson, Jean-François Lyotard e outros têm demonstrado que as instituições exercem controle disperso e reflexivo sobre o sujeito social, e que a identidade acaba emergindo em função de um complexo processo em que todos os locais influenciam uns aos outros (FACCIN, 2002: 41). Assim, a identidade social seria multi-localizada e sua construção seria marcada pela linguagem.

---

<sup>4</sup> Vamos tratar da Semiologia dos Discursos Sociais no próximo capítulo.

Para Foucault (*apud* FACCIN, 2002: 42), o sujeito social é múltiplo, fluído e constituído em interação, feito e transformado pela linguagem se opondo a uma identidade pré-estabelecida, homogênea e definida pelo espaço físico. Na perspectiva do sujeito social múltiplo, a identidade pode ser produzida simultaneamente em muitos lugares de ação e campos sociais. Com a sociedade moderna cada vez mais complexa e o desenvolvimento das tecnologias da informação, aumentou a possibilidade de uma “multiplicidade simultânea” de identidades e que Hall enquadró na perspectiva do sujeito pós-moderno.

A fragmentação do sujeito no mundo contemporâneo traz como consequência a dispersão da formação da identidade social em lugares de diferentes naturezas. Numa perspectiva tradicional, a explicação de como essas identidades seriam negociadas nessa diversidade era deixada aos sujeitos sociais. Procurando fugir dos compartimentos e se aproximar das relações efetivamente vividas pelos sujeitos sociais inscritas em um dado lugar, os Estudos Culturais, articulando o pensamento científico numa linha transdisciplinar contribuiu para o rompimento de um pensamento tradicional acerca da identidade. Esse novo olhar sobre a identidade permitiu a descoberta da consciência e da subjetividade visualizadas enquanto formas contextualizadas.

Tal evolução percorrida pela identidade é sinal daquilo que Lyotard (2000) chamou de morte da grande narrativa e que pode ser observada no processo de constituição de novos sujeitos sociais e de novas identidades. Aliás, a identidade social compreendida como fenômeno coletivo só é possível numa perspectiva relacional, o que a torna dinâmica, emergente de uma ação coletiva.

As novas tecnologias da informação e a saturação dos valores da modernidade estão transformando todas as esferas sociais, operando modificações no cotidiano e na percepção do

mundo e do homem, gerando novas formas de sociabilidade. Em relação à saturação dos valores da modernidade, Latour (1994) tece uma crítica interessante. Ele procura mostrar que, por traz da pureza da modernidade, o homem sempre foi híbrido e que a pureza da ciência moderna nada mais foi do que um disfarce para a ciência tornar-se hegemônica.

Arelado ao fenômeno do consumo e a efervescência sócio-cultural encontra-se o desenvolvimento da comunicação midiática. O lugar tradicional de interação entre os sujeitos sociais compartilha com o espaço da possibilidade de mediação midiática através das práticas discursivas. As identidades baseadas em pilares naturais (raça, etnia, etc.) ou culturais (religião, arte, etc.) foram sendo substituídas pelas identidades nacionais/regionais em torno daquilo que Benedict Anderson chamou de comunidades imaginadas<sup>5</sup>. As narrativas dessas comunidades nacionais é que vão dar sentido ao que no mundo moderno convencionou-se chamar Estado-Nação. No mundo contemporâneo, a possibilidade de construção de redes de significação, ampliadas pelas tecnologias da informação abre novas possibilidades de construção de identidades sociais para além do espaço físico em que se construíram essas identidades nacionais. Exemplo da alteração dessas relações são as tribos de que Maffesoli fala. (FACCIN, 2000: 48)

A formação dos modernos Estados Nacionais é conhecida. O conceito de Estado-Nação foi criado na França do século XVII para representar as comunidades imaginadas dos modernos Estados nacionais que foram surgindo. A consolidação do Estado-Nação deu-se

---

<sup>5</sup> Deve-se observar, entretanto, que os pilares considerados naturais ou culturais são também imaginados. O que Benedict Anderson quer dizer com comunidades imaginadas é que os modernos Estados Nacionais não estariam baseados na etnia ou na raça, por exemplo. As fronteiras destes modernos Estados não estariam limitadas a estes pilares “naturais” ou culturais, embora estes também sejam pilares imaginários.

após a Revolução Francesa, no século XVIII. Construíram-se consensos em torno dos novos Estados-Nação na Europa que ocorreu a partir da unificação de povos de diversas culturas.

Assim, o termo nação foi cunhado para delimitar as fronteiras geopolíticas de um Estado, mas também procurando delimitar as fronteiras culturais do que fazia parte ou não da nação. As “comunidades imaginadas”, conceito cunhado por Anderson para designar uma nação politicamente constituída e simbolicamente representada, ressalta justamente aquilo que tornaria uma nação diferente da outra: a forma pela qual ela foi imaginada para dar uma imagem ao seu povo. Dessa forma, todas as nações seriam imaginadas, pois são constituídas a partir do discurso. Seus membros compartilham da mesma imagem e se concebem em um espaço limitado e soberano apesar das desigualdades e conflitos existentes (*apud* HALL, 1999: 51; FACCIN, 2000: 49-50). Faccin prefere não seguir esse caminho para analisar a identidade, uma vez que sendo uma comunidade imaginada, as questões efetivamente vividas e discursivamente constituídas em um processo comunicacional específico estariam afastadas.

O modelo moderno do Estado-Nação passou a funcionar, a partir do processo de racionalização iniciado no Iluminismo, sob uma concepção progressista e linear. Foi assim na formação do Estado brasileiro, sustentado pelas idéias positivistas de ordem e progresso. Sustentada pelo evolucionismo social, a idéia de se levar à civilização aos outros povos serviu como justificativa para a colonização de outros povos. O sentimento nacionalista que acompanhou as identidades nacionais baseadas na superioridade da raça, ou da cultura foi pretexto para atos de violência nos séculos XIX e XX, principalmente na África e na Europa.

Como dito anteriormente, o desenvolvimento das tecnologias da informação, a reestruturação social conseqüente da reestruturação do capitalismo ampliou os lugares de constituição da identidade, deslocando-as das referências espaciais. Além da crescente



mediatização da sociedade, a globalização é outro fenômeno intimamente ligado com esse processo. Embora a globalização não seja recente, a velocidade e o aumento vertiginoso do fluxo de informações causou sua exacerbação. O intenso fluxo cultural e o consumismo criaram a possibilidade de “identidades partilhadas” (HALL, 1999: 74).

O fenômeno da globalização, que o próprio Giddens (*apud* HALL, 1999: 68) classificou como parte essencial da modernidade, envolve transformações das velhas estruturas dos Estados e das comunidades nacionais que também se constituíram nessa mesma modernidade. Assim como o próprio projeto unificado de sujeito entrou em fragmentação, os fenômenos contemporâneos fizeram com que essas velhas estruturas entrassem em colapso. À medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra e a natureza das instituições modernas.

Quando se fala em identidade, a globalização produz diferentes resultados. De um lado, a homogeneidade cultural pode levar ao distanciamento da identidade relativa ao local ou à comunidade, de outro, ela pode levar a uma resistência que leva ao fortalecimento dessa identidade. Mas o certo é que a globalização envolve uma interação entre fatores econômicos e culturais que causam mudanças nos padrões de produção e consumo que produzem identidades novas e globalizadas, como afirma Woodward (2000: 20-21), idéia também defendida por Hall (1999) e Esteves (2000). Se a globalização não é um fenômeno novo, visto que a modernidade e o capitalismo são desde o início globalizantes (HALL, 1999: 68; WOODWARD, 2000: 20-21), o que caracterizaria a sua fase mais recente é a convergência de culturas e estilos de vida nas sociedades.

Outro fenômeno tem acompanhado a globalização. Está havendo uma dispersão de demandas ao redor do mundo. Isso ocorre não apenas em termos de bens e serviços, mas

também na migração dos trabalhadores motivada pelas necessidades econômicas. A migração internacional é parte de uma revolução transnacional que provoca a reformulação das sociedades e da política. Ela tem impacto tanto sobre o país de origem quanto o de destino. A migração permite a produção de identidades plurais, mas também identidades contestadas, em um processo caracterizado por grandes desigualdades. Essa dispersão das pessoas pelo mundo produz identidades moldadas e localizadas em diferentes lugares e por diferentes lugares. Essas novas identidades podem ser desestabilizadas, mas também desestabilizadoras. A diáspora pode ser um conceito que ajuda a entender um pouco esse fenômeno que produz identidades plurais, sem “pátria” e sem uma única fonte. (WOODWARD, 2000: 20-22)

Fenômeno contemporâneo, a desarticulação do modelo hegemônico das identidades nacionais/regionais como espaço de negociação de sentido em prol de um espaço mais mediatizado permite falar em desterritorialização, transformando o espaço ou território em um texto a interpretar<sup>6</sup>. (DELEUZE e GUATTARI *apud* FACCIN, 2000: 54)

Anthony Giddens vai falar em “desencaixe dos sistemas” sociais. Esse desencaixe refere-se às características do processo que é ligado estritamente aos avanços tecnológicos e que têm permitido o distanciamento dos indivíduos de seus referenciais temporais e espaciais. A condição pós-moderna, analisada por David Harvey (1992) e Lyotard (2000), tem provocado o “desencaixe” que para Giddens refere-se ao deslocamento das relações sociais do contexto local de interação e sua reestruturação nas extensões indefinidas do tempo-espaço. Mas o “desencaixe”, na concepção de Giddens, não implica na substituição da relação de proximidade pela distância, e sim na sua coexistência. Do território geográfico surgiu o

---

<sup>6</sup> Para Geertz (1989), a cultura também é um texto a ser interpretado.

território simbólico da comunicação midiática e as novas formas de contato interpessoais (*apud* FACCIN, 2000: 55).

As identidades de diáspora a que Hall se refere (1996), e que já foi citado por Woodward acima, é exemplo da coexistência entre o território geográfico e simbólico. Para ele, a experiência da diáspora é definida pelo reconhecimento da diversidade e heterogeneidade que vive com a diferença, por hibridação. As identidades de diáspora estão em constante produção e reprodução através da transformação e da diferença. A diáspora forçada africana criou, nas diversas regiões do planeta, uma hibridação cultural que leva em conta elementos simbólicos locais e não-locais.

No mundo contemporâneo, a situação que Harvey (1992) e Lyotard (2000) denominaram e descreveram como a condição pós-moderna, também chamada de supermodernidade por Marc Augè (1994), tem como uma das características a compressão do tempo-espaço que causou aquilo que este último chamou de superabundância, visto que o encurtamento das distâncias através novas tecnologias da informação e dos transportes mais rápidos possibilitou que o mundo estivesse virtualmente acessível a todos.

A superabundância do espaço suscitou um debate acerca do espaço para se compreender as noções de não-lugar e lugar. Enquanto esta é associada a uma materialidade definida pelas relações simbólicas, históricas e identitárias de um grupo social residente em um determinado espaço, aquela seria associada aos espaços de passagens, áreas de transitoriedade para os grupos sociais, sendo portanto marcada por uma relação de não fixação e ausência de identidade. A representação de um não-lugar seria os espaços públicos de rápida circulação, como as estradas, aeroportos, rodoviárias, shoppings e os meios de transportes.

Para Augè (1994), no mundo contemporâneo, a superabundância tornou o espaço de difícil apreensão, relativizando-o e complicando-o sem extinguir os pontos de referências culturais. Em sua análise, o lugar é a construção espacial e simbólica que serve de referência a todos os sujeitos que nele vivem, criando uma base de sentido e fundamentando as relações históricas e identitárias dos membros desta cultura e servindo de referência para o “estranhamento” do outro. Assim sendo, o lugar é a idéia que todos os sujeitos que habitam determinado espaço têm de suas relações como o território e com os outros sujeitos que pode ser mapeado geometricamente.

O não-lugar, em contrapartida, é um espaço organizado que não garante nenhuma forma de relação senão as contratuais representadas pelos símbolos da modernidade, como por exemplo uma passagem de ônibus, um cartão telefônico e os documentos. Augè (1994: 87) diz que os não-lugares designam duas realidades distintas, mas complementares. De um lado, os não-lugares designam os espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, lazer, comércio, trânsito). De outro, designa as relações que os indivíduos mantêm com esses espaços. Mas se as relações se correspondem, elas não se superpõem, já que se oficialmente é o indivíduo que age (compra, viaja, repousa), são os não-lugares que fazem a mediação de todo esse conjunto de relações. Os indivíduos só estão ligados indiretamente às finalidades oficiais dos não-lugares. Assim, nas palavras de Augè, enquanto “os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária”.

Enquanto nos lugares, o social orgânico cria as condições de interação entre os sujeitos, nos não-lugares, a interação ocorre entre sujeitos e os textos que estão presentes e que são propostos pelas instituições dos não-lugares. Essa situação é desfavorável à

constituição de identidades. Estas só são reafirmadas, nos não-lugares, nos momentos de controle e esquecidas logo em seguida.

Faccin (2002: 56-59), com base na discussão de Augè, procura utilizar o conceito de lugar antropológico descrito por Augè para analisar as demarcações sociais da identidade discursivas nos jornais gaúchos. Por mais que a noção de não-lugar pudesse descrever aspectos relevantes do mundo contemporâneo, considerar os jornais como lugares seriam mais interessantes, segundo o autor. A mediatização do mundo contribuiu para desterritorialização (DELEUZE e GUATTARI *apud* FACCIN, 2002) geográfica e uma territorialização simbólica. A opção de Faccin em adotar o lugar antropológico de Augè se deve a uma característica da comunicação midiática: a possibilidade de uma relação de convivência entre os sujeitos, construindo discursivamente as identidades sociais expressas em territórios simbólicos. E assim, segundo Faccin (2002: 59), as relações sociais mediadas pelos dispositivos mediáticos, o encontro físico passa a ser irrelevante.

O que se procurou desenhar até este momento foi a necessidade de se pensar a identidade que seja construída, vivida e transformada nos e pelos discursos sociais. Assim, como afirma Faccin (2002), torna-se impossível pensar a identidade se o sujeito social não for considerado inserido numa rede de significações. Outro ponto relevante considerado neste capítulo foi o papel de destaque que a comunicação midiática tem na constituição destas identidades, uma vez que, no mundo contemporâneo, as novas tecnologias da informação e da comunicação proporcionaram o que alguns autores denominaram desterritorialização. Com isto, a construção de identidades não está relacionada somente ao espaço geográfico em que vivem os sujeitos sociais, mas também ao espaço simbólico. E segundo Faccin (2002), os

jornais constituem-se como importantes territórios em que estas identidades podem ser construídas, vividas e transformadas discursivamente.

## 2 OS DISCURSOS SOCIAIS

No capítulo anterior, ao se percorrer o desenvolvimento do conceito de identidade e adotar uma noção baseada nos Estudos Culturais relacionada à tomada de posição de sujeito, procurou-se mostrar que as identidades são produzidas, vividas e transformadas pelos e nos discursos sociais. São os discursos sociais que irão produzir o cenário social em que as diversas identidades irão se manifestar. E é através das práticas discursivas que o homem agirá sobre o mundo (VERÓN *apud* FACCIN, 2002). Quando se conclui que as identidades são uma construção discursiva, afirma-se também que ela se relacionaria com o cenário social a partir da *práxis* humana sobre o mundo, e não de forma estanque e polarizada. As identidades, então, só existirão se constituídas e materializadas neste cenário através da sua oferta no mercado simbólico que possibilitará a inteligibilidade deste mesmo cenário (FACCIN, 2002: 62).

Procurou-se, portanto, mostrar que as identidades se definem através das relações vividas no cotidiano pelos sujeitos, viabilizadas nas e pelas práticas discursivas. Esta situação destaca dois pontos importantes. Em primeiro lugar, há a dissolução das grandes narrativas, no sentido utilizado por Lyotard (2000), que orientavam as diferentes práticas dos discursos sociais e referenciavam a uma realidade pré-estabelecida. Esta dissolução, que provocou o questionamento das fundamentações históricas e sócio-culturais dos grupos sociais a cerca de uma identidade unitária, seja nacional ou regional. A possibilidade concreta da ruptura das grandes narrativas, com suas categorias universalizantes, e a desterritorialização simbólica da constituição das identidades revelaram, em segundo lugar, o papel importante que a comunicação midiática e as novas tecnologias da comunicação e da informação

desempenharam neste processo, e a importância da mídia como um espaço viabilizador desses novos encontros sociais e de novas redes de significação, constituindo-se território em que as identidades sociais possam ser viabilizadas, vividas, reproduzidas e transformadas.

As práticas discursivas são uma dimensão fundamental para a construção, transmissão e transformação das identidades. E é sobre o olhar das práticas discursivas que se permite considerar o campo jornalístico como parte instituinte do poder no que se refere ao embate de sentido. Por isto a leitura dos discursos sociais é importante, buscando ultrapassar os limites que cercam a análise dos conteúdos<sup>7</sup>, priorizando, desta forma, os processos de produção de produção, circulação e consumo<sup>8</sup> nos atos concretos de comunicação (FACCIN, 2002: 61). Estes processos deixam suas marcas materiais sobre a superfície do texto, como será visto adiante.

Em resumo, ressalta-se, então, a importância de se estudar as identidades a partir de sua dimensão discursiva para se compreender os vínculos que ligam os sujeitos aos seus semelhantes e a sua participação. E será no cenário social que se baseará a constituição e a experiência da identidade (FACCIN, 2002: 62)

---

<sup>7</sup> Não se desconsidera a importância da análise de conteúdos. Sabe-se, porém, que a análise de discursos possui, hoje, recursos para se obter informações acerca das condições de produção de um discurso social, entendendo que estas condições de produção englobam a produção, circulação e consumo dos discursos sociais, que são apagadas quando a análise se prende ao conteúdo de um texto.

<sup>8</sup> Verón prefere substituir o termo consumo por reconhecimento. Para ele, dos três termos que se pode distinguir nas condições de produção de um discurso social (produção-circulação-consumo), o consumo se parece relacionar-se mais fortemente com o domínio econômico do que com o domínio do sentido. Disto suscitar-se-ia alguns problemas. Dos três, o consumo seria o que continuaria a dar a impressão de um termo puramente econômico. Por outro lado, o reconhecimento, que já havia sido utilizado na lingüística para aludir o momento de recepção num circuito de linguagem, mesmo que este produza um certo desequilíbrio. (VERÓN, 1978).



Os cientistas sociais têm recorrido a essa dimensão discursiva para entender o vínculo entre os sujeitos sociais, embora possam seguir através de uma diversidade de preocupações metodológicas. Mas, a linguagem, no sentido mais abrangente e conseqüentemente o discurso, se tornou a base de muitos estudos, embora muitos cientistas sociais, ao tentarem fazer uma análise de discursos, não ultrapassem a barreira da análise de conteúdos. A adoção de instrumentos inadequados para a análise dos textos é uma das maiores limitações para as ciências sociais. Como Pinto (2002: 29) afirmou, a utilização de textos nas pesquisas sociais sem a adoção adequada dos instrumentos semiológicos tem como conseqüência a se considerar apenas o valor documental imediato dos textos analisados, tratando-os independentemente do contexto como se fossem transparentes em relação ao universo por eles representados, não dando, então, a devida importância à opacidade ideológica, considerada importante para a análise de discursos. Stuart Hall e outros culturalistas, autores pós-colonialistas como Anthony Kwame Appiah (1997) e Homi Bhabha (1998) são alguns dos exemplos, já citados no primeiro capítulo, da adoção da linguagem como suporte para o entendimento da identidade. Canclini (1999) é outro exemplo de autor que adota a linguagem como ponto de partida para se compreender a formação das identidades.

Do que foi desenvolvido no primeiro capítulo dessa dissertação, e que se encontra reforçada neste capítulo a partir de uma análise semiológica dos discursos sociais é que se reconhece que as identidades não se encontram pronta em modelos pré-fixados, mas são formadas a partir das práticas do cotidiano (a enunciação posta em funcionamento) articuladas através de discursos concretos (os textos) em formas particulares contextualizadas, o que faz com que as identidades sejam dependentes de sua dimensão discursiva e simbólica. (FACCIN, 2002: 64). Daí a importância de se adotar uma postura de analisar semiologicamente os textos para se compreender a constituição de identidade, que no caso

desta dissertação, foca-se sobre a constituição da identidade capixaba em uma forma específica de gênero discursivo, os dois principais jornais capixabas (*A Gazeta* e *A Tribuna*). É sobre o desenvolvimento da análise de discursos como instrumental metodológico que este capítulo é dedicado.

## **2.1 Percursos**

### **2.1.1 O texto<sup>9</sup>**

O interesse em se estudar os textos é antigo. Assim como o interesse em entender a essência do homem e o que o diferenciava de outros animais, tem suas raízes na Grécia Antiga. Estes interesses se dividiram em duas vertentes, uma preocupada na interpretação dos textos religiosos, especificamente a dos oráculos, e outra interessada na produção de textos, a retórica. Esta era definida como prática para criação de textos políticos, jurídicos e de homenagem.

A prática interpretativa desenvolveu-se, deixando-se de aplicar apenas a interpretação dos oráculos e estendeu-se aos estudos de textos religiosos, de maneira geral, aos textos jurídicos e literários e tornou-se disciplina conhecida sob o nome de hermenêutica, especializada na interpretação de quaisquer textos. O principal interesse da hermenêutica era reconstituir, na medida do possível, o sentido “original” do texto. Para isso, a hermenêutica buscou em outras disciplinas e práticas como às pertencentes à técnica da exegese, à lógica, à gramática normativa e histórica e às ciências sociais. Um dos exemplos da consequência do percurso trilhado pela hermenêutica foi o surgimento da Filologia no século XIX. A filologia

---

<sup>9</sup> Esta e a próxima sessão (A pesquisa empírica) estão baseadas em Pinto (2002: 14-20) e Pinto (2000)

como disciplina, associada intimamente com a hermenêutica, aliava a exegese, a gramática e a história para produzir comentários críticos sobre textos antigos.

A retórica tornou-se disciplina obrigatória nas escolas e universidades ocidentais até o século XVIII. No século XX, a retórica voltou a ganhar força por causa do papel cada vez mais central desempenhado pelas mídias na sociedade. Surgida nas colônias gregas da Sicília como um conjunto de técnicas para a criação de discursos (no sentido de texto proferidos diante do público) a ser usada nos tribunais, a retórica extrapolou a abrangência jurídica e passou a ser utilizada em outros gêneros textuais do cotidiano dos gregos, especialmente o deliberativo com ênfase no discurso político, e o epidítico, com o qual se louvava ou se criticava cerimonialmente uma pessoa. A retórica pode ser considerada, por ser uma técnica de produção textual, como a primeira teoria de produção e recepção de textos. A importância do papel da retórica como prática social é salientada por Barthes (*apud* PINTO, 2002: 16).

A relação da retórica com a análise de discursos é evidente. Em primeiro lugar, o interesse da análise de discursos se interessa pela disputa da fala na sociedade não deixa de ser, de certa forma, uma reflexão sobre a teoria e a técnica da retórica como prática social. Em segundo lugar, a noção de discurso como simulacro interesseiro, centrado mais na emoção do que na razão para cooptar o público, é um dos conceitos da análise de discursos. As noções de polifonia e dialogismo presentes nas análises contemporâneas por influência de Bakhtin já estavam presentes na primeira e segunda parte da *techné rhetoriké* de Aristóteles. A ideia de efeito de sentido, assim como as imagens do enunciador e do destinatário também estavam presentes.

### **2.1.2 A pesquisa empírica**

Ainda sob impacto da hermenêutica, pesquisadores ligados à sociologia e à psicologia desenvolveram, a partir dos anos 1930, um método de tratamento da informação semântica dos textos, a análise de conteúdos, ligada ao empirismo e cientificismo das pesquisas norte-americanas, e que fez sucesso nas pesquisas empíricas em ciências humanas e sociais. Ainda hoje, a análise de conteúdos é amplamente utilizada, embora ela tenha as suas limitações. Analisar um texto discursivamente não desmerece o valor da análise de conteúdo. O próprio Verón (1985: 36) destaca que estudar o dispositivo de enunciação não significa abandonar o conteúdo, se desinteressar pelo enunciado. Para ele, o fato é que quando o dispositivo de enunciação entra em operação, um mesmo conteúdo pode desencadear modalidades de enunciação muito diferentes. A forma com que a análise de conteúdo encara este mesmo conteúdo, não observando o dispositivo de enunciação, faz com que o enunciado seja tratado de uma forma muito diferente daquela com que é tratada na análise de discursos. Na verdade, a análise de conteúdos faz com que o texto original seja transformado em um texto interpretado pelo pesquisador, que nada mais é que outro discurso. O que se pode dizer é que, das diversas correntes atuais da análise de discursos, algumas procuram se posicionar criticamente em relação à análise de conteúdos, enquanto outras procuram aperfeiçoar e dar continuidade a ela, procurando corrigir seus pontos fracos e adotar termos mais recentes provenientes das ciências sociais, humanas e da linguagem.

A análise de conteúdos pretende, por um processo de normatização da diversidade na superfície dos textos, tornar os textos compatíveis para que possam ser aplicadas técnicas estatísticas e computacionais. Esta normatização, postura metodológica adotada pela análise de conteúdos, também foi adotada pelas análises semântico-estruturais dos anos 1950 e 1960, exemplificada pela análise estrutural da narrativa de Greimas e Bremmond, baseadas na

transcrição dos conteúdos mediante a uma rede de categorias semânticas. O que tornou estas análises criticáveis é que este processo de transcrição acaba por apagar as marcas que ligam o texto à sua produção, construindo-se um novo texto sob outras condições de produção.

Nos anos 60, as categorias semânticas foram substituídas pela sintáticas nos trabalhos tentados pelo estruturalista norte-americano Zellig Harris e pelos pesquisadores franceses do grupo de Michael Pêcheux. Não demorou em se perceber que as categorias sintáticas impunham também uma interpretação ao texto original.

Neste processo de desenvolvimento das análises de discurso, Verón (1985: 33-34) vai distinguir três gerações da semiologia. Na primeira semiologia, nos anos 1960, ele a denominou semiologia imanentista. Nela, procurava-se definir um *corpus* e se fechar na descrição conotativa do sentido, e frente ao desenvolvimento de categorias psicologizantes e sociologizantes, tendia-se em valorizar a análise da mensagem por ela mesmo. o sentido encontrava-se na mensagem. Nos anos 1970 desenvolveu-se a semiologia de segunda geração. Procurou-se ultrapassar qualquer ponto de vista estático e taxonômico e começou-se a falar em produção de sentido sob a influência das “gramáticas gerativas”, buscando através dos textos, reconstruir o processo de sua produção. É na década de 1980 que se desenvolve a semiologia de terceira geração, que segundo Verón, seria capaz de integrar em sua teoria, os efeitos de sentido, abarcando também todo o seu processo de produção, que vai da produção de sentido, à circulação e ao seu consumo, ou reconhecimento como prefere Verón. A enunciação, que será vista mais adiante, tem papel fundamental nesta semiologia.

### 2.1.3 Duas tradições

É nesta década de 80 que a moderna semiologia francesa, a de terceira geração, que a noção de discurso<sup>10</sup> é reformulada, desvinculando-se dos rígidos esquemas lingüístico-estruturais que antecipavam o significado de um signo. Sob influência de autores como Foucault, Althusser, Lacan, Pêcheux e Benveniste, a semiologia transformou-se a partir dos novos postulados vindos do marxismo e da psicanálise. Esta mudança de rumo na semiologia francesa se deve a preocupação dos semiólogos e cientistas sociais em compreender as relações de poder e os posicionamentos ideológicos nos discursos. Por outro lado, esta postura confrontava-se diretamente com a pragmática anglo-saxônica, mais preocupada com a eficácia do processo comunicacional e baseadas no empirismo e psicologismo. As diferenças entre as pesquisas e teorias da comunicação desenvolvidas na Europa e nos Estados Unidos ilustram bem estas diferenças<sup>11</sup>.

Estas diferenças marcam as duas tradições que nutriram a análise de discursos contemporânea. Michel Foucault e Michel Pêcheux foram as maiores influências na Análise de Discurso francesa (AD), ao tentar articular desde os anos 1970 lingüística e história, numa teoria do discurso que impregnada do estruturalismo, da epistemologia da descontinuidade, de uma prática marxista das ciências humanas e de uma parcela da psicanálise. Louis Althusser e seus trabalhos sobre a função das ideologias como constitutivas da produção e recepção dos sentidos sociais, por força dos aparelhos ideológicos, também teve forte influência sobre a AD.

---

<sup>10</sup> Tanto na tradição francesa de análise de discurso quanto na tradição anglo-saxônica, o emprego da palavra discurso é usada como um coletivo, ou genérico. Pinto (2002) prefere adotar o termo no plural para contemplar a idéia de multiplicidade e escapar das categorias abstratas contidas no estruturalismo.

<sup>11</sup> Para as diversas correntes e teorias da comunicação, ver Wolf (2000).

De forma distinta, a Análise do Discurso anglo-americana, também conhecida como *discourse analysis*, originou-se na Inglaterra e se fixou firmemente nos EUA, onde incorporou elementos da sociologia, da etnologia, da psicologia. Prende-se mais ao empirismo e aos conceitos da psicologia do consciente. Segundo Pinto (2002: 21), as análises desta abordagem combinam a descrição da estrutura e do funcionamento interno dos textos procurando contextualizá-las de forma um pouco limitada e utópica. O processo de comunicação é entendido atomisticamente como interação cooperativa entre os indivíduos. Toda fala é considerada uma ação, mas esta é entendida como originada do indivíduo imune a qualquer coação social. O conceito de discurso oscila entre uma definição que contrapõe discurso e frase, como unidade lingüística constituída por uma sucessão de frases, e uma definição de discurso como uso, ou “jogo de palavras”, da linguagem verbal em determinados textos.

Apesar do conflito das duas tradições, toda massa crítica produzida sobre a análise de discursos, aliada aos desenvolvimentos teóricos referentes à contextualização das marcas formais da superfície textual, a citar o reconhecimento de um evento de comunicação como um rito social ou como parte deste rito cujas convenções devem ser seguidas, o reconhecimento de que a contextualização se dá a partir de mediações, a visão de que as marcas formais de um texto são produtos de convenções de codificações exigidas pelo contexto social em que o evento comunicacional ocorre e o entendimento que o universo dos discursos produzidos numa sociedade se organizam em séries ou redes discursivas já possibilitam uma conciliação entre estas tradições. (PINTO, 2002: 20-24)

#### **2.1.4 Uma nova visão**

Como Pinto (1994 e 1999) afirma, para se comunicar, as pessoas utilizam a linguagem verbal ou outros sistemas semióticos que possuem como funções básicas que se realizam de

modo integrado, e que ele denominou modos de dizer (modos de mostrar, modos de interagir e modos de seduzir) por considerar que, de forma diversa da análise de conteúdos, a análise de discursos não se interessa pelo o que o texto diz ou mostra, mas como e por quê o texto diz ou mostra.

Podem-se definir três objetivos primários de um emissor engajado no processo comunicativo e suas operações de enunciação correspondentes. Em primeiro lugar, a criação de universos de referência compartilhado com o receptor que está relacionada à função de mostração. As operações enunciativas a ela relacionadas são as operações de atualização, as operações de determinação, as operações temporais e as operações aspectuais.

A mostração, cuja função básica é construir o referente, o universo de discurso ou mundo do qual o texto fala, consiste em designar e descrever as coisas ou pessoas, estabelecendo relações entre elas e localizando-as no tempo e no espaço, sempre em relação ao que o receptor supostamente conheceria deste universo em pauta. O principal problema para o emissor, aqui, é construir o universo de discurso em jogo e marcar a fronteira entre os conhecimentos que assume, os que compartilha com o receptor e os que a ele atribui, a respeito deste universo. Essa distribuição é parte essencial da constituição do enunciador e do coenunciador em qualquer texto. Nos textos verbais, esta função se realiza por operações marcadas pelas escolhas lexicais e pelo emprego de operadores referenciais, temporais e aspectuais. Nas imagens, esta função se realiza por operações de antonomásia, envolvendo pessoas ou coisas e suas relações produzindo contextualmente efeitos de sentido semelhantes aos dos operadores gramaticais.

A função de interação procura estabelecer os vínculos socioculturais necessários para dirigir-se ao seu interlocutor. Ela consiste em interpelar e estabelecer as relações de poder



com o receptor, na tentativa de cooptá-lo e de agir sobre ele ou sobre o mundo por seu intermédio. A modalização é um tipo de operação de enunciação. O problema a ser resolvido pelo emissor é a reprodução das hierarquias sociais reconhecidas no interior da instituição em que o processo de comunicação se dá, reforçando-as, ou de tentar modificá-las segundo determinada estratégia persuasiva. Nos textos verbais esta função se realiza por meio de operadores de modalização, envolvendo toda a frase. Nas imagens, as operações ocorrem através da interpelação pelo olhar do modelo e a tematização do poder pela colocação de uma imagem em posição dominante.

A função de sedução procura distribuir os afetos positivos e negativos cuja hegemonia o emissor reconhece e/ou quer ver reconhecida. Essa função consiste em marcar as pessoas com valores positivos ou eufóricos e negativos ou disfóricos, e/ou ainda demonstrar uma reação afetiva favorável ou desfavorável a eles. O emissor procura reforçar os valores hegemônicos vigentes no interior das instituições em que se dá o processo de comunicação ou de procurar modificá-los segundo novas estratégias persuasivas tornadas possíveis por mudanças nas condições sociais de produção. Nos textos verbais esta função se realiza por meio de operadores de modalização expressiva, que podem incidir sobre toda uma frase ou sobre qualquer parte dela. A modalização expressiva é marcada pela escolha do léxico. É normal que seja também não-explicita, apenas sugerida por um efeito de sentido conotativo, cuja interpretação fica na dependência da contribuição do receptor. Nas imagens, a contribuição do receptor na interpretação de valores expressivos é importante. Nas imagens, cujas conotações são sugeridas por meio de técnicas de manipulação dos retratos e do cenário, enquadramento, iluminação, profundidade do foco, além dos recursos de edição.

Não se pode esquecer que o ponto de partida de qualquer análise de discursos são sempre os produtos culturais empíricos produzidos pelos eventos comunicacionais que deixam sua marca na superfície dos textos produzidos. Assim, a comunicação entre as pessoas, dada as suas características, a partir de operações de natureza lógica, semântica e/ou pragmática, deixam marcas léxico-gramaticais nos textos. Desta forma, para Pinto (2002: 28), uma nova visão dos discursos sociais deve levar em conta que a linguagem verbal e outras semióticas com que os textos são construídos, fazem parte do contexto sócio-histórico. A linguagem não é puramente instrumental, como pensavam a pragmática e a etnometodologia norte-americana. A linguagem, e de forma mais expandida, o discurso, tem papel fundamental na reprodução, manutenção e transformação das representações que as pessoas fazem das relações e identidades com se definem numa sociedade. É no discurso que as pessoas travam suas batalhas no dia-a-dia, buscando dar a última palavra, para assim ver seu discurso reconhecido hegemonicamente.

A partir desta visão adotada por Pinto, a noção de discurso passa a ser o uso da fala em um processo real de comunicação. Esta noção é fundamental para se analisar a constituição das identidades, dentro de uma perspectiva discursiva já que o discurso só pode ser denominado com tal se associado à prática do sujeito dentro de um contexto social. Conforme desenvolvido no capítulo um desta dissertação e reafirmado no início deste capítulo, as identidades são construídas, vividas, transformadas e reproduzidas no e pelo discurso numa situação real de comunicação. Assim sendo, as identidades, como afirmou Faccin (2002: 67) não são produzidas no vazio dos lados manifestos de suas expressões, mesmo que tenha lugar na topografia social, mas possuem uma relação dialética com o tecido discursivo das relações sociais. Faccin diz ainda (2002: 68) que o processo de identificação relaciona-se àquilo que Barthes denominou de sistemas de significações e que é denominada de rede de significações

na análise de discursos. Os processos de identificação seriam ainda construídos pelas práticas discursivas em situações concretas de uso, como a comunicação que põe o dispositivo de enunciação em funcionamento. Não existiria, assim, nas teorias da enunciação e do discurso, algo que seja externo a uma realidade concreta.

## 2.2 A enunciação

Das maiores contribuições que a análise de discursos recebeu foi a noção de enunciação<sup>12</sup>. A partir de Benveniste, a idéia de discurso começou a se transformar. A virada lingüística proposta pelo autor, que postulou a primazia do sujeito sobre a língua e interferiu nos estudos sobre a cultura e a identidade (FACCIN: 2002: 68). Para Benveniste (1989: 82), a enunciação é o ato individual de utilização da língua. Para Pinto (2002: 32), a enunciação é o ato de produção de um texto e se opõe a enunciado, que é o produto cultural produzido, o texto materialmente considerado. A compreensão da enunciação como um ato em que a língua entra em funcionamento pelo trabalho do sujeito que utiliza o código e impregna a língua segundo suas características subjetivas faz com que o discurso deixe de ser visto como um conjunto de frases que representariam o real para se referenciar “enquanto atos enunciativos que determinam a construção de seu referente, marcados por operações e manobras que disputariam um efeito de sentido” (FACCIN, 2002: 70).

---

<sup>12</sup> A separação do conceito de "enunciação" do par enunciado/enunciação no qual é um dos termos é conveniente. Enquanto o enunciado é da ordem *do que é dito*, de forma que se poderia dizer que o enunciado está na ordem do *conteúdo*<sup>12</sup>, a enunciação concerne não ao que é dito, mas o *dizer* e suas modalidades, as *formas* de dizer (VERÓN, 1985: 34). A relação entre enunciação e enunciado é maior do que a relação entre a ordem do dito e da forma de dizer. Como a enunciação não pode ser também considerada uma instância de passagem entre o sujeito e o mundo e nem uma instância de representação, na medida que reflete a individualidade de quem enuncia e está condicionada pelo próprio ato enunciativo, a enunciação é o próprio ato de produzir o enunciado, e não o conteúdo do enunciado.

A enunciação foi importante porque mostrou que o sujeito, ao por o dispositivo de enunciação em movimento, investe no discurso a sua subjetividade. A partir desta concepção, Benveniste reformulou o binarismo da lingüística de Saussure que dividia a linguagem em língua (*langue*) e fala (*parole*), sendo a língua objeto de estudo desta nova ciência. E a partir desta reformulação, os paradigmas lingüisticamente informados procuraram dar conta da relação dinâmica que existe entre a cultura, a estrutura e a prática social (FACCIN, 2002: 69).

A lingüística estruturalista desenvolveu-se a partir dos postulados de Saussure. Ela considerava a língua um sistema fechado, sincrônico e social. Sendo um sistema fechado e social, as pessoas utilizariam a língua como uma estrutura pronta. No início, a análise de discursos esteve ligada às teorias e metodologias relacionadas ao estruturalismo, especialmente àquela em que se prendia a uma análise imanente dos textos, considerando-os independentes do contexto histórico e social. Ela estava vinculada, portanto a semiologia da primeira geração, citada por Verón (1985). Nesta abordagem, que antecede a adoção da enunciação, a língua é estudada a partir de suas unidade, como a oração, a palavra e o fonema, e o locutor era visto como se estivesse sozinho. Assim, para o estruturalismo, o sujeito não era autônomo pois as estruturas determinariam a ação individual. Para Verón (1980: 175-176) este modelo saussuriano serviu para expulsar o que era chamado de “real” do domínio dos significados da língua. Como sistema fechado, no que toca aos elementos extralingüísticos, o universo da língua na lingüística saussuriana, segundo Verón, só permitia ser trabalhada de forma binária, compreendendo o significante (imagem psíquica do som) e o significado (conceito).

Para Benveniste (1991), a língua seria o aparelho formal de enunciação. Como dito no início desta seção, a enunciação, para ele, a enunciação seria o ato de se colocar a língua em

funcionamento através da ação individual do sujeito. A língua, antes da enunciação, não seria senão a possibilidade da língua. Após a ação do sujeito sobre esta, a partir da enunciação, a língua efetivar-se-ia em uma instância de discurso que vai envolver o próprio ato de enunciação, as situações em que ele se realiza e os instrumentos de sua realização.

Com a virada lingüística iniciada por Benveniste, a análise semântica deslocou-se para a análise da estrutura da construção de sentido e a visão de que ao se dominar o código controlar-se-ia o sentido da mensagem foi ultrapassada. Segundo Benveniste (1991) os sujeitos fazem usos infinitamente variados da língua. Esta seria um repertório através do qual o sujeito se serviria, através da enunciação, para se expressar. O sentido do ato enunciativo só seria atribuído no momento em que a produção do discurso se completa com o seu consumo, ou reconhecimento por parte do receptor. Pois é no ato da recepção que as palavras e orações são decodificadas e também interpretadas, uma vez que elas são provenientes de um processo de produção de sentido. É o receptor que decodifica a informação, articula-a, e interpreta-a de acordo com seu repertório sociocultural. Assim, o sentido só se completa no receptor, sendo este não apenas uma ponta na produção de sentido, mas também uma de suas partes constituintes

A noção de discurso, entendida outrora como fonte de representação da realidade e relacionada a quem ira representar esta realidade desloca-se para o como o texto é construído, indo em direção à noção de discurso como prática social. Isto significou entender os discursos sociais como caracterizados por um conjunto de traços virtuais presentes em realizações efetivas, ou como um conjunto de regras e valores que determinam sua produção (FACCIN, 2002: 69). Isto seria dizer que analisar os discursos sociais é compreender o processo que tornou a enunciação possível. Assim, segundo Pinto (2002: 26), o papel do analista de

discursos é procurar e interpretar os vestígios que permitam a contextualização do texto. Este tipo de análise supera a imanência dos textos, uma vez que só se completa com a fase da contextualização realizada pelo analista.

Como visto até o momento, o discurso se remete a um processo enunciativo. A ancoragem da análise de discursos na Teoria de Enunciação se faz necessária a partir de vários pontos. Em primeiro lugar, a primazia do sujeito sobre a língua coloca-o numa posição central na construção dos sistemas de significação. Como o sujeito utiliza-se da língua das mais variadas formas, a produção de um texto, dentro de um contexto numa rede de significação deixa marcas perceptíveis que vai caracterizar o discurso, entendido como prática social. Esta produção pode ser entendida como produção social de sentido. O produto deste ato comunicacional deve ser, então, entendido como algo que sofre alteração de um contexto social e que integra uma rede de significados, também denominada *semiose social*, que vai investir cada ato enunciativo concreto dos sujeitos enunciadoreis.

Para Verón (1978: 9) quando os sujeitos envolvidos num ato de comunicação assumem a posição de emissores e coemissores, eles entram num mundo de representações, de relações e identidades sociais. Para ele, o mundo da linguagem é um mundo de aparências. E dentro deste mundo, todo o processo de produção de sentido (produção - circulação - consumo ou reconhecimento), passa por duas dimensões da semiose social: a ideológica e a do poder. Portanto, no funcionamento de uma sociedade, nada é estranho ao sentido, e desta

forma, nada também é estranho a estas duas dimensões da *semiose social*. Segundo o autor, todo o fenômeno social é suscetível de ser ‘lido’ em relação ao ideológico e ao poder<sup>13</sup>.

Bakhtin (1988) considera a língua um fato social fundamentado na necessidade de comunicação e a enunciação como fruto da prática discursiva dos sujeitos sociais, sendo que, o meio social em que o sujeito vive, organizaria a enunciação. Para ele, a enunciação é produto de uma interação social que é determinada por uma situação imediata ou por um contexto mais amplo que constitui o conjunto de condições de vida de uma comunidade lingüística. A enunciação não seria, então, meramente individual, mas de natureza social. O sujeito operaria a língua, transformando-a em enunciados, deixando sobre a superfície dos textos produzidos, o seu investimento de sentido. Para ele, tanto a vida quanto a língua se interpenetrariam através dos enunciados concretos operados pelos sujeitos da enunciação. Bakhtin vai considerar a enunciação como componente necessário para se compreender e explicar as estruturas semânticas das práticas discursivas.

### **2.3 O sujeito**

A problemática do sujeito vai fazer parte da análise de discursos no mesmo momento que os estudos da enunciação. Esta problemática corresponde em responder quem seria o responsável por uma representação reconhecida em um texto. Para a análise de discurso (PINTO, 2002: 31) todo o texto é híbrido ou heterogêneo quanto a sua enunciação pois é um tecido de “vozes” ou citações e que o indivíduo não tem total controle sobre sua fala.

---

<sup>13</sup> Verón ainda afirma que o ideológico e o poder estão presentes em tudo, em todo fenômeno social, e que isto é muito diferente de dizer que tudo é ideológico, ou que tudo se reduz à dinâmica do poder. Como ele afirma “no universo social do sentido, há *outras coisas* além do ideológico e do poder. O que quero dizer é que ‘ideológico’, ‘poder’ remetem à *dimensões de análise de fenômenos sociais*, e não à ‘coisas’, a instâncias que seriam um lugar da topografia social.”

Foucault (2000) critica a visão idealista de sujeito considerando que ele, o sujeito, não pode ser considerado uma instância fundadora da linguagem. Aliás, para Foucault, o sujeito do enunciado não é causa, origem ou ponto de partida de qualquer articulação enunciativa e nem fonte ordenadora das operações de significações que os enunciados manifestam nas superfícies discursivas. Com sua concepção de descontinuidade história, não haveria uma subjetividade fundadora.

A descrição de uma formulação enquanto enunciado, para Foucault, consistiria em determinar qual a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser sujeito, e não em analisar as relações entre o autor e o que ele diz disse sem querer. Assim, o discurso seria marcado com uma visão da dispersão do sujeito, que reflete a descontinuidade dos planos, ligados por um sistema de relações estabelecido pela especificidade de uma prática discursiva, de onde fala o sujeito que pode, no interior do discurso, assumir diferentes estatutos. O sujeito, portanto não seria uma fonte geradora de significações durante o processo de organização da linguagem.

O sujeito pode ser visto como um espaço que será preenchido por diferentes indivíduos que o ocuparão ao emitir um enunciado. Num ato de comunicação, ao se distinguir os sujeitos da enunciação, do enunciado e falado<sup>14</sup>, para utilizar a nomenclatura adotada por Benveniste, e adaptada por Pinto, a definição destes três tipos de sujeitos nada mais são do

---

<sup>14</sup> Dependendo da nomenclatura adotada, define-se a imagem daquele que fala como enunciador ou sujeito da enunciação e a imagem daquele a quem o discurso é dirigido como destinatário, coenunciador, receptor ideal ou sujeito falado. O sujeito do enunciado, ou emissor, é o personagem entre outros que agem e falam e que pode ser identificado como o responsável pelo enunciado. O sujeito do enunciado põe em cena um ou mais enunciadores citados acima como sujeito da enunciação.



que uma forma de explicitar os diferentes posicionamentos, posições, lugares ou discursos, como afirmou Pinto (2002: 35-36).

Para Pinto (2002: 32-36) os participantes das práticas sociais, ou discursos, inseridos em determinados contextos assumem o papel de sujeito tanto por estarem submetidos ao contexto quanto por serem também agentes de produção, circulação e consumo/reconhecimento dos textos. Assim, para a análise de discursos, cada texto pertence a um gênero de discursos, e cabe a cada gênero determinar o que se chama dispositivo de enunciação: a explicitação dos diferentes posicionamentos ideológicos, posições enunciativas ou lugares de fala, ou seja, as diferentes maneiras de construir a representação de determinada prática social ou áreas de conhecimento propostas pelo sujeito, assumidas ou não pelos participantes do evento comunicacional.

## **2.4 *Discurso e prática discursiva***

No desenvolvimento da análise de discursos, duas idéias foram rejeitadas. Como visto na seção anterior, o postulado da unicidade do sujeito foi uma delas. Em segundo lugar, o indivíduo reconhecido como autor empírico de um texto não pode ser considerado o único, nem inteiramente responsável pelas representações que aparecem no texto produzido. (PINTO, 2002:30). Assim, o uso da linguagem é uma forma de prática social que não pode ser isolada de outras práticas sociais, sendo constituidora e constituinte de todas as práticas sociais possíveis. O uso da linguagem não é uma atividade individual ou instrumental, reflexo de variáveis situacionais. Assim, o discurso é tanto um modo de ação, uma forma de as pessoas agirem sobre o mundo e sobre os outros, como também um modo de representação.

Atualmente, a semiologia considera as práticas discursivas como uma forma particular de prática social. Para Pinto (2002: 50-51) as práticas discursivas são práticas sociais de produção de textos. A adoção da concepção de práticas discursivas permite ultrapassar a idéia de uma análise puramente enunciativa do discurso e revelar a suas faces social e textual. Isto porque ao se utilizar o termo prática discursiva, evidencia-se o discurso como uma forma de ação, seja numa perspectiva inspirada no marxismo (o discurso como *práxis*) ou numa perspectiva pragmática. A noção de prática discursiva, ao revelar as duas faces do discurso, apreenderia dois elementos. De um lado, as comunidades discursivas. De outro, as formações discursivas, considerando-as inseparáveis das comunidades que as produzem, de seu modo de emergência e de difusão (MAINGUENEAU, 1998: 113-114).

Segundo Maingueneau (1998: 67-69; 113-114), o termo prática discursiva é comumente usado como variante da formação discursiva que vai designar o conjunto de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras historicamente determinadas. As formações discursivas passam para a análise de discursos através de Michel Pêcheux, experimentando sucesso nos trabalhos desenvolvidos pela Escola Francesa. Nesta corrente da análise, as formações discursivas designam todo um sistemas de regras que fundam a unidade de um conjunto de enunciados sócio-históricamente circunscritos, e que vai determinar o que pode e o que deve ser dito a partir de uma posição ideológica. Mas este termo tem perdido cada vez mais prestígio (PINTO, 2002: 59-60).

Enquanto as formações discursivas são pensadas num movimento, como conteúdo, modo de organização dos homens e rede específica de circulação de enunciados (MAINGUENEAU, 1997: 114), as comunidades discursivas seriam o grupo ou organização de grupos em cujo interior os textos são produzidos. (MAINGUENEAU, 1997: 56). A noção

das comunidades discursivas como grupos sociais que produzem e administram um tipo de discurso e sua íntima ligação com as formações discursivas pressupõe que as instituições que produzem um discurso não são mediadores transparentes. É o que já foi dito a pouco acima. As práticas discursivas e as práticas sociais são inseparáveis (MAINGUENEAU, 1998: 29-30). Deve-se esclarecer que as comunidades discursivas não se remetem estritamente aos grupos (instituições e relações entre agentes), mas a tudo que estes grupos implicam no plano da organização material e do modo de vida. Os grupos visados pelo autor referem-se aos que existem unicamente por e na enunciação, na gestão destes textos, e não aos encontrariam a sua razão de ser em outro lugar (MAINGUENEAU, 1997: 56).

Fairclough (2001) e Pinto (2002) definem o discurso como uma prática social, descartando a idéia de que ele seria apenas reflexo de variáveis situacionais ou atividade puramente individual. A proposta de Fairclough (2001) considera ainda uma abordagem tridimensional do discurso em que cada qualquer evento discursivo é considerado simultaneamente como um texto, como exemplo de prática discursiva e como um exemplo de prática social. Este modelo permite avaliar as relações entre as mudanças discursivas e sociais, além de relacionar as propriedades dos textos às propriedades sociais de eventos discursivos como instâncias de prática social, pois, segundo Fairclough, é a natureza da prática social que vai determinar os macroprocessos da prática discursiva e são os microprocessos que vão moldar o texto. Os textos, para ele, representam a realidade, ordenam as relações sociais e estabelecem as identidades sociais. Como prática discursiva, o discurso movimenta-se dialeticamente entre as ordens de discurso, a prática discursiva e o evento discursivo.

No modelo tridimensional de Fairclough, o nível do texto refere-se análise dos processos citados acima em termos de intertextualidade. Isto porque os textos são construídos por meio da articulação de outros textos que dependem do contexto em que surgiram e mudam com ele. Nas ordens do discurso, as relações e limites entre as práticas discursivas no nível institucional ou societal modificam-se juntamente como a mudança social. Com a mudança social, as práticas discursivas pressionam e modificam as relações, as identidades, o conhecimento e as crenças.

Com a noção de sujeito, adotada anteriormente, que não é capaz de controlar o seu discurso por estar condicionado à sociedade em que vive, a identidade de um indivíduo é constituída no interior e a partir das possibilidades que ele pode ocupar e assumir a posição de sujeito. Esta possibilidade revela duas faces que fazem parte da subjetivação em uma enunciação. De um lado, ele constitui-se como sujeito do discurso. De outro, submete-se às regras. Assim, as práticas sociais fundam-se nas condições de produção específicas de uma formação discursiva. A noção de “condições de produção” designa, geralmente, o contexto social que envolve um *corpus*, envolvendo não só o ambiente material e institucional do discurso, mas também as representações imaginárias que os indivíduos envolvidos no discurso fazem de sua própria identidade, assim como os seus referentes (MAINGUENEAU, 1997: 30-31). Ao tomar as condições sociais de produção, ou condições de produção, de um discurso como sinônimo de contexto, é preciso ter em mente que elas incluem todo o processo de interação comunicacional que envolve a produção, a circulação e o consumo dos sentidos. (PINTO, 2002: 12).

Não seria falso afirmar que a produção de um discurso por um sujeito enunciador é feita através de operações em que este mesmo sujeito faz um investimento de sentido nas

diferentes matérias significantes a partir de determinadas condições de produção. Parafraseando Faccin (2002: 78) e adaptando seu pensamento aos interesses desta dissertação, isto seria dizer que para uma análise de demarcação das fronteiras da identidade regional que parta da análise de textos e estratégias discursivas mobilizadas e construídas pelos dois principais jornais capixabas só poderá ser descrita e reconstruída se considerar as condições de produção do evento discursivo e recuperando-se as marcas que são deixadas no texto a partir da sua produção, revelando-se como e através de quais condições ocorreu o processo enunciativo. Isto quer dizer, que a partir da análise textual das marcas deixadas sobre o texto é possível compreender quais foram as condições de produção que delimitariam a constituição da identidade capixaba nos jornais do Espírito Santo.

Enquanto prática discursiva, os discursos focalizam os processos da produção social do discurso (produção, circulação e consumo) em que cada condição é determinada. No processo de produção, os contextos sociais são específicos e envolvem diferentes sujeitos. E o consumo também acontece em contextos sociais diversos, dependendo das dimensões sociocognitivas do universo da recepção e a um tipo de trabalho interpretativo que a ele se aplica. Verón (1978) denomina o processo das condições de produção de gramáticas<sup>15</sup> de produção e ao processo de consumo ele denominou de gramática de reconhecimento. Numa rede de sentidos, toda gramática de produção pode ser encarada como resultado das condições de consumo. E também, a cada gramática de reconhecimento só pode ser atestada sob a forma de um processo de produção. E aí se encontraria a forma da rede de produção textual da

---

<sup>15</sup> As gramáticas (de produção e de reconhecimento) não exprimem propriedades de sua natureza nos textos, elas tentam representar as relações de um texto, ou conjunto de textos, em seu sistema produtivo (social). E este sistema é histórico (Verón, 1978).

história (VERÓN, 1978: 11). Falar em circulação de sentidos nada mais é do que falar da distância que separa a produção e o consumo.

Então, as condições de produção possibilitam uma infinidade de construções de sentido que ressaltam a individualização das práticas discursivas e suas referências ao contexto em que essas práticas sociais ocorrem e em que os textos foram gerados. Isto denota que na reconstituição do processo de produção e a explicação deste processo, além das referências textuais, devem-se buscar as conexões sociais em que estes textos foram gerados, o que destaca a natureza desta prática social de produção de textos em relação às estruturas sociais. É por isto que se pode afirmar que os textos são traços e pistas do processo social e não podem nem ser produzidos nem interpretados sem os recursos dos membros envolvidos (FAIRCLOUGH, 2001: 99-100).

Contudo, há dificuldades em se relacionar um texto e o contexto em que foi produzido. A passagem dos dados da análise lingüística e/ou semiológica para a interpretação dentro dos níveis do contexto situacional imediato, do contexto institucional e do contexto sociocultural amplo não se faz direto como pensado pelas ciências humanas e sociais. As análises de um texto não podem ser feitas pensando separadamente as teorias lingüísticas e semiológicas de um lado e nem interpretada semanticamente como nas análises generalistas das ciências humanas e sociais de outro lado. A análise de textos cujo ponto de partida são os textos da cultura, considerando a relação entre texto e sociedade/ cultura, deve ser pensada dialeticamente, como já foi falado (PINTO, 2002: 47-50).

É neste sentido que Pinto (PINTO, 2002: 50-56) diz que duas formas de mediações foram propostas pela análise de discursos. Uma delas seria a que foi denominada de práticas discursivas, já descrita nas páginas anteriores. Segundo ele, o contexto fornece certas regras

que resultam em determinadas características formais e conteudísticas, mais ou menos rígidas, que dependem do grau de ritualização dos eventos comunicacionais. É este contexto, prática social de produção ou prática discursiva, que realiza a mediação. Estas práticas não são imutáveis. Elas surgem, reproduzem-se ou desaparecem segundo uma dialética de estabilidade e mudança. Fairclough (2001) segue o mesmo caminho, e é nesta linha de raciocínio que se é permitido pensar os discursos não só como uma forma de reprodução, mas também como de transformação e mudança social.

Os processos institucionais de produção, de circulação e de consumo de textos também podem ser considerados um outro nível de mediação por práticas discursivas. É por meio das mediações que os participantes num processo de comunicação constroem suas identidades e relações mútuas e selecionam os conteúdos que estarão em jogo no evento comunicacional. Desta forma, os parceiros do evento comunicacional deixam suas marcas nos textos e que levam a contextualização.

Outra proposta de mediação foi difundida por van Dijk em seus trabalhos sobre racismo e noticiário jornalístico. Estes trabalhos basearam-se na hipótese de que as determinações que o texto sofre por pressão do contexto social em que surgem se fazem por intermédio das ideologias. Entretanto, para van Dijk, as ideologias são entendidas como uma estrutura cognitiva de nível semântico que refletem critérios básicos da identidade social e que definem os interesses dos grupos. Este modelo, baseado nas análises de macroestruturas temáticas e esquemáticas e microestruturas a partir das relações de suas estruturas lexicais e sintáticas, parece se encontrar na esteira da análise de conteúdos e sofrerem do mesmo mal de toda análise semântica (PINTO, 2002: 54-55).

Embora a prática discursiva relacione-se com as condições de produção, não se pode esquecer que ela não age do exterior para o interior do texto. É para evitar que estas relações “exterior/ interior” de uma formação discursiva que Maingueneau (1997: 75) afirma que é preciso pensar a identidade como uma forma de se organizar a relação com que se imagina o exterior, sem esquecer que o termo exterior é indevidamente utilizado. Ele ainda vai ressaltar que, ao contrário com o que acontece com outros objetos, em que a heterogeneidade é desvalorizante, a heterogeneidade discursiva é elemento fundamental.

Para a linha que se segue nesta dissertação (semiologia dos discursos sociais), todo o texto é heterogêneo no que diz respeito a enunciação. Esta heterogeneidade enunciativa manifesta-se em dois planos distintos, designados por Bakhtin de polifonia e que alguns autores denominam intertextualidade. A heterogeneidade mostrada é caracterizada pela manifestação de uma multiplicidade de outros textos citados ou aludidos pelo texto presente e a heterogeneidade constitutiva, também denominada interdiscurso (que é a marca da presença do outro no discurso), é constituído pelo entrelaçamento no texto presente de vestígios de outros textos preexistentes. Isto quer dizer que a palavra, enquanto signo dialógico (BAKHTIN: 1988) e marcada pela heterogeneidade discursiva contempla a existência de múltiplas vozes sob as quais ninguém tem o controle total. É o mesmo que dizer que ninguém tem o controle total do que diz, quis dizer ou disse sem querer.

O entrelaçamento de citações é constitutivo dos discursos vistos como discursos. Este debate entre textos sobre o qual outros textos se constroem é denominado por Bakhtin de dialogismo. Para ele, conceito de diálogo possui a característica de confronto. Dialogar, além da troca de informações entre os pares envolvidos no ato de comunicação, é também uma reflexão e análise diante de informações compartilhadas. Assim, o discurso dialoga com os



enunciados anteriores e posteriores, os enunciados que o antecederam e o sucedem, sendo estes as vozes que o constituem. Um indivíduo, quando constrói o seu discurso, utiliza-se de vários enunciados, de fragmentos de enunciados, citações, conceitos e uma série de vestígios e influências do meio social. É desta forma que os textos se constituíram num debate com outros textos.

Sendo o discurso polifônico e dialógico, uma análise fechada voltada apenas a interioridade das práticas discursivas, torna-se insuficiente por não colocá-lo em relação à outros discursos que se dialogam mutuamente. É neste sentido que é possível afirmar que os textos costumam surgir num universo discursivo de forma que façam parte de séries ou redes organizadas por sequência ou oposição. Pinto (2002: 56-63) define três séries. A primeira delas, denominada por Foucault de ordem de discursos, é constituída por todos os gêneros de discursos produzidos no interior de uma instituição social ou de uma comunidade discursiva, seja para a comunicação interna, seja para a comunicação externa. Fairclough amplia o conceito foucaultiano e propõe que ordem de discursos denomine também uma sequência temporal de textos em que cada um substitui o anterior, em cadeia. Na mídia, esses encadeamentos podem ser, parcialmente, internos e externos à ordem de discursos de uma instituição. No plano interno, a produção de textos se faz por uma sequência de transformações entre diferentes versões até o texto definitivo. No plano externo àquela ordem de discursos, há textos de fora da empresa jornalística que fazem parte do encadeamento de textos, como as fontes, conversas, debates, relatos, resultados de entrevistas em pesquisa de opinião. Com o conceito de ordem de discursos, a análise de discursos passa a dar atenção às transformações que os textos sofrem através das redes sociais da prática discursiva e da se dar conta de que o processo de produção de um texto nada mais é de que um processo de recepção de outros textos já dado na cultura. A concepção dinâmica de uma prática discursiva

dinâmica e de sua relação com as práticas sociais destacam novamente a noção de polifonia e ressalta a concepção de hegemonia mostrando que o que está em jogo é o poder.

Uma segunda série pode ser denominada de universo de concorrência ou mercado simbólico. Ela também pode ser definida por oposições como o conceito original de ordem de discursos, mas que as atravessa transversalmente. O universo de concorrência é definido pelas características de um mesmo gênero discursivo que, aparecendo em ordens de discursos concorrentes no mercado, têm variações consideráveis entre si, e que guardada as características comuns do gênero em questão, assegura um nicho fiel de público. Nesse conceito, procura-se aliar o conceito foucaultiano de formação discursiva à idéia de que a análise de um texto como discurso tem de levar em conta a proposta de consumo ou recepção que traz implícita, definida pela caracterização do coenunciador.

Pinto (2002: 60) propõe ainda como uma terceira série discursiva a espécie de discursos que seria o nome dado à variedade de gêneros discursivos que se opõem em um mercado simbólico. Na análise das espécies do gênero editorial que os jornais cariocas O Globo e Jornal do Brasil veicularam em janeiro de 1995, o autor mostrou que os dois jornais dirigiam seus editoriais a destinatários diferentemente construídos, apesar de, em princípio, procurarem atingir grupos sociais definidos como de renda e escolaridade elevadas.

Pode-se concluir aqui que, com as conceituações desenvolvidas até o momento, que no caso dos jornais capixabas, há uma concorrência no mercado simbólico em que os jornais procuram se articular discursivamente como instância autorizada a falar em nome do capixaba e dos interesses regionais. Como afirmou Fairclough (2001: 123-124), a hegemonia está diretamente relacionada à ordem de discurso instituída e assim, as práticas discursivas são as principais facetas da luta hegemônica no cenário social que contribui em diversos graus para a

reprodução ou transformação da ordem de discurso instituída e também das relações sociais existentes.

A partir do que foi desenvolvido até o momento e parafraseando Faccin (2002: 83-84), pode-se concluir que pelas práticas discursivas, a identidade regional capixaba deixa de ser uma entidade abstrata. Desta forma, modelos baseados em tradições que só poderiam ser modificados em termos macro-sociais ou culturais em níveis de força ligados às suas entidades mediadoras representativas de forma relativamente direta aos grupos sociais que a constituem e a elas se vinculam podem ser descartados. A identidade regional é o resultado do confronto pela hegemonia evidenciada nas práticas discursivas, cujos protagonistas e forças mediadoras estão em ação.

A hegemonia, portanto, para Fairclough (2001: 135) fornece tanto um modelo como uma matriz para que se possa analisar tanto a prática discursiva como modo de luta que reproduz, reestrutura e transforma as ordens de discursos instituídas, como as práticas sociais à qual o discurso pertence em termos de relação de poder.

De tudo dito até o momento, e com a posição adotada nesta dissertação, pode-se afirmar que os discursos cumprem papel fundamental na reprodução ou transformação das representações, das relações e das identidades sociais. Os discursos, portanto, não apenas refletem ou representam entidades, relações e identidades. Como já se afirmou aqui, são eles, os discursos, que constroem ou constituem estas relações, entidade e identidade. As diferentes práticas discursivas vão constituir as entidades e as relações com as quais as pessoas vão se posicionar de diversas maneiras como sujeitos sociais, e neste posicionamento discursivo, as pessoas vivenciam as suas identidades. Esta característica da identidade, como entidade discursiva é que permite aproximar a noção de identidade adotada nesta dissertação com a

noção de identidade adotada pelos Estudos Culturais. Assim, a identidade regional manteria uma luta concorrencial em torno de um modelo com o qual se pode identificar o capixaba mediante as diferentes instâncias mediadoras que são capazes de integrar ou desintegrar os grupos envolvidos. Conclui-se que as manifestações culturais regionais, as representações, imaginários e sentidos produzidos presentes no tecido social que podem ou não ser reconhecidos, no todo ou em parte, pelo conjunto da sociedade, dependendo da negociação de sentido que se opera nas práticas discursivas mobilizadas por diferentes instâncias mediadoras.

Se no primeiro capítulo foi traçada uma perspectiva na qual é necessário pensar a identidade como construída, vivida e transformada nos e pelos discursos sociais, neste, procurou-se alinhar argumentos sobre as diferentes leituras acerca da identidade social e a sua constituição como experiência vivida pelos grupos sociais relacionadas às práticas discursivas mantidas em diferentes ordens institucionais. Assim, o jogo das identidades passa pela disputa de sentido e pelo efeito de reconhecimento dos textos produzidos. Por este motivo, modelos pré-construídos e estáticos caem por terra. No próximo capítulo, o interesse recai sobre o jornalismo e o jornal como instância mediadora de identidades.

### **3 O JORNALISMO COMO INSTÂNCIAS MEDIADORAS DA IDENTIDADE**

No capítulo um, procurou-se mostrar que as identidades são construídas e vividas discursivamente. No segundo capítulo, teve-se a preocupação de definir a análise de discursos como instrumental metodológico para se estudar como a identidade, no caso a capixaba, é constituída nos jornais capixabas. Esta análise é feita a partir das marcas deixadas sobre a superfície textual da produção social do discurso, no caso discurso produzido nos jornais capixabas. Neste capítulo, objetiva-se mostrar o jornalismo institui-se como uma instância mediadora das identidades. Num primeiro momento, mostrar-se-á que a produção de notícias é uma prática discursiva. Num segundo momento, buscar-se-á mostrar que o jornalismo, como um campo social, reveste-se de autoridade para mediar o mundo. Em seguida, buscar-se-á constituir o campo jornalístico como um território onde as identidades são vividas, produzidas, reproduzidas e transformadas discursivamente. Cabe ressaltar que não há o interesse em discutir os conceitos que serão apresentados, mas construir um referencial sob o qual poder-se-á estudar as identidades constituídas nos jornais, entendendo-os como mediadores da realidade.

Durante muitos anos a comunicação foi vista sob uma perspectiva mecanicista em que de um lado o receptor atua ativamente, e de outro, o receptor é mero participante passivo e os meios de comunicação os canais sob os quais o processo se desenrola. As transformações ocorridas no mundo, principalmente a partir do grande desenvolvimento tecnológico e dos meios de comunicação que acabaram por redefinir as relações sociais e colocar em choque os

paradigmas teóricos vigentes até então forçaram uma revisão em diversos conceitos modernos, assim como ocorreu com a noção de identidade, conforme visto no capítulo um.

Dentre as transformações ocorridas nos estudos de comunicação está o reposicionamento que se tem diante da noção de receptor. Afirmando que a recepção não é apenas uma etapa no processo de comunicação, mas um lugar novo, Martin-Barbero (1995: 35) ressalta a importância de se repensar os estudos e pesquisas de comunicação. Adverte também para os perigos de, ao se destacar o papel do receptor, inverter os pólos do processo de comunicação<sup>16</sup>.

Muitas abordagens surgiram, mas sempre houve a dificuldade de se enxergar a comunicação fora deste modelo em que o objetivo de comunicar seria fazer a informação chegar de um ponto a outro, não havendo nem verdadeiros atores, nem verdadeiros intercâmbios. Neste período, as análises de conteúdo predominavam como instrumental metodológico. Nos estudos e pesquisas em comunicação, dominavam as abordagens funcionalistas, críticas, estruturalistas, entre outros. Tanto nas abordagens funcionalistas, quanto nas críticas, concebia-se o jornalismo instrumento de poder, diferenciando-se apenas nas suas perspectivas positivas e negativas em que o meio era encarado, mas sempre seguindo o mesmo modelo mecanicista de comunicação.

---

<sup>16</sup> Martin-Barbero (1995) traz como exemplo de qual seria a relação entre emissão e recepção na comunicação. Para ele, o receptor pode ser comparado a um cozinheiro e o emissor aos ingredientes. Os pratos feitos pelo *chef* dependem tanto de sua experiência, seus conhecimentos, como dos ingredientes disponíveis. E assim, um bom cozinheiro com ingredientes ruins terá poucas chances de fazer bons pratos, assim como um péssimo cozinheiro com bons ingredientes terá dificuldades em obter bons resultados.

Os estudos acerca do jornalismo e das notícias<sup>17</sup> também trilharam muitos caminhos. Há autores como Alfredo Vizeu e Nelson Traquina que ainda consideram não existir conhecimentos científicos e reflexivos suficiente para a edificação de uma teoria unificada do jornalismo centrada nas condições sociais de produção das ordens do discurso jornalístico<sup>18</sup>. Para outros autores, como Jorge Pedro Sousa, Shomaker e Reese, já existe conhecimento suficiente para a elaboração de uma teoria do jornalismo (SOUSA, 2002a). Não cabe aqui entrar no mérito desta. Pretende-se apenas reunir elementos suficientes para pensar como o jornalismo posiciona-se como mediação.

Sousa afirma que para se pensar numa teoria da notícia, deve-se perguntar por que as notícias são como são e por que temos as notícias que temos, além procurar se entender como as notícias circulam e como são consumidas e quais seus efeitos. Responder estas questões é responder um nível de mediação das práticas discursivas em que se encontram os processos institucionais de produção de textos (rotinas e procedimentos editoriais), de circulação (difusão em determinado canal, manchete ou não, em qual página) e de consumo (como assistir ao telejornal, como ler o jornal), como afirmou Pinto (2002: 52). Este seria um ponto em que se poderia aproximar a semiologia dos discursos sociais e a uma teoria do jornalismo<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> A notícia aqui é compreendida como o produto da enunciação jornalística, ou seja, o resultado do processo da produção textual de uma prática discursiva das ordens de discursos jornalísticos.

<sup>18</sup> Jorge Pedro Sousa (2002b) utiliza o termo processo de produção, circulação e consumo dos efeitos da informação jornalística.

<sup>19</sup> Claro que se deve fazer algumas ressalvas nesta aproximação, principalmente em como estas abordagens tratam o funcionamento interno do discurso. A proposta de Sousa destaca a importância do conteúdo de uma notícia para se conhecer o respectivo efeito de sentido. Na semiologia, cabe justamente ao dispositivo de enunciação, às marcas sobre a superfície textual, o efeito de sentido. Seguir esta linha de raciocínio pode levar, no momento de análise, descartar justamente do texto às marcas deixadas pelo processo de produção do texto

### 3.1 A dimensão simbólica

Sousa (2002b) divide os teóricos do jornalismo em dois grupos: os divisionistas e os unionistas. No primeiro grupo, acredita-se que as explicações para se compreender os formatos e conteúdos das notícias são insuficientes para se edificar uma teoria do jornalismo, e são, às vezes, contraditórias e antagônicas. Para os autores deste grupo, devem-se considerar várias teorias, entre elas as Teorias do Espelho, as hipóteses do *Gatekeeper* e do *Newsmaker*. Entre outras. No segundo grupo, acredita-se que somente a partir de uma visão unificada podem-se explicar as notícias. Assim, para os autores deste grupo, devem-se unificar as diversas teorias em uma, sem a qual, corre-se o risco de não conseguir compreender por que as notícias possuem a forma e o conteúdo que têm. Acredita-se que os pontos de convergência entre as diversas abordagens do jornalismo são mais importantes do que as divergências.

Uma discussão que além do debate entre a existência ou não de uma teoria unificada do jornalismo é concepção que se faz de jornalismo e de notícia. Es debate é mais interessante, pois envolve em aceitar ou não princípios que estão de acordo com esta dissertação. Assim como não há o interesse em aprofundar o debate sobre a teoria da notícia e do jornalismo, não se tem aqui o interesse em aprofundar as definições de notícia e de jornalismo. Sem esta preocupação, podem-se resumir dois grandes grupos. De um lado, há aqueles que defendem a notícia como espelho da realidade e de outro, aqueles que a concebem como uma construção social da realidade.

---

sobre a superfície textual, e assim cometer os mesmos erros da análise de conteúdos e de análises sustentadas na semântica, como foi argumentado no capítulo dois.



A idéia de que a atividade jornalística atua como um espelho da realidade corresponde a uma concepção tradicional da notícia. Para estes autores, a objetividade jornalística é elemento-chave desta atividade. Eles admitem, no máximo, a possibilidade de que as notícias reflitam um ponto de vista do jornalista. Opondo-se a esta idéia, autores como Gaye Tuchman, entre outros, acreditam que as notícias ajudam a constituir a realidade como um fenômeno social compartilhado, definindo, redefinindo, constituindo e reconstituindo os fenômenos sociais, uma vez que no processo de definir um acontecimento a notícia define e dá forma a este acontecimento (VIZEU, 2002b: 118-119).

Conceber o jornalismo como técnica, em que o jornalista mobiliza normas e regras fornecidas pelos manuais de redação, ou por meio da aprendizagem da atividade profissional é uma atitude reducionista e mecanicista. Entender a produção da notícia de forma reduzida e mecanicista é levar em consideração apenas o lado visível, o que implica em desconhecer, por exemplo, o caráter problemático da afirmação segundo a qual o sujeito é pensado no interior do código, com este estabelecendo relações especiais, que lhe fornecem as possibilidades de simbolizar (FAUSTO NETO *apud* VIZEU, 2002a: 6). Há, pelo menos, mais duas restrições em se pensar o jornalismo meramente como técnica. Em primeiro lugar, este ponto de vista traz o risco de se considerar o jornal, como produto da atividade jornalística, apenas como um meio pelo qual objetiva-se levar a informação de um ponto a outro, idéia já questionada no início deste capítulo. Em segundo lugar, esta relacionada à capacidade do sujeito de significar, tal ponto de vista descarta a dimensão simbólica do trabalho jornalístico. Considerando esta dimensão, pode-se considerar que o jornalista é alguém que vai não só comunicar uma realidade, mas construí-la e reproduzi-la.

A dimensão simbólica do jornalismo deve ser levada em conta, uma vez que, ao utilizar a língua, os códigos e as regras da linguagem, o jornalista produz discursos por meio da atividade enunciativa. Muito mais que um campo de ação, a linguagem é uma dimensão constitutiva do jornalismo. É a condição para que o jornalista, como sujeito, construa a realidade.

É, pois, no trabalho da enunciação, na operação sobre vários discursos que os jornalistas produzem as notícias. E sendo a linguagem uma dimensão constitutiva do jornalismo, a enunciação jornalística é bastante singular em função deste campo deslocar-se sempre como um lugar que retrata e cria o lugar do outro a partir de regras e leis determinadas. (VIZEU, 2002a: 6)

Pressupondo-se que o jornalista põe o dispositivo de enunciação em funcionamento a partir do contato que ele tem com o código, então, o ato jornalístico estrutura-se nos momentos estratégicos<sup>20</sup> que podem ser denominados de operação e construção, e não só no trabalho com códigos, leis, regras e dicas. (VIZEU, 2002b: 119)

Quando elabora o seu texto, o jornalista utiliza procedimentos de seleção e combinação. Ao apropriar-se da língua, articulando seus códigos e regras, o jornalista transforma realidade percebida pelos seus sentidos em discursos sociais. Deve-se observar que esta operação não ocorre apenas no campo restrito do código, uma vez que o jornalista se defronta com outros códigos ou outros discursos que constituirão suas unidades discursivas. Desta operação com vários discursos resulta as construções que são denominadas, no

---

<sup>20</sup> As regras destes dois momentos são pensadas independentemente do sujeito, pois quando ele as aciona, elas já estão estruturadas no campo da linguagem

jornalismo, notícias. É fácil perceber que, como produto de uma produção discursiva, a notícia é um texto híbrido, ou seja, um tecido de vozes que se manifestam por intermédio daquilo que Bakhtin denominou polifonia e outros autores preferem chamar de intertextualidade, como visto no capítulo dois.

Recapitulando, sabe-se que a enunciação pode ser considerada uma espécie de tomada de posição e neste sentido, o sujeito enunciador não constitui uma unidade, isto porque são infinitas as possibilidades de modalização da língua pela mediação da palavra pelo sujeito. Sendo assim, o sujeito deixa suas marcas no discurso, mas não possui o controle total daquilo que diz, quer dizer ou diz sem querer. É neste trabalho de enunciação-apropriação que o jornalista se relaciona com o que diz, ou seja, como ele legitima o discurso ou o torna aceitável. Porém, este trabalho jornalístico é concebido sempre a partir de mensagens que se transformam em notícias segundo economias específicas e/ou veículos de comunicação que produzem dimensões classificatórias da realidade (VIZEU, 2002c: 6-7).

No caso específico da enunciação jornalística, vários processos de raciocínio norteiam a produção textual visando obter determinados efeitos de reconhecimento, sejam estes efeitos o conhecimento ou o convencimento. Pinto (2002: 65-69) mostrou, como apresentado no capítulo dois, que a linguagem verbal e outros sistemas semióticos possuem as funções de mostrar, de interagir e de seduzir, ou seja, os modos de dizer. No processo de enunciação jornalística, a regulamentação se dá por meio de procedimentos estabelecidos em espécies de macrocódigos, como a língua, as matrizes culturais, as regras sociais, a ética e as ideologias, por exemplo; e microcódigos, como os dispositivos criados pelos próprios veículos de comunicação ao estabelecer suas regras, como por exemplo os manuais, que servem de guia para se fazer o que se costumou denominar de bom jornalismo. (VIZEU, 2002b: 121)

Entre os processos de racionalização da prática jornalística está a seleção dos acontecimentos que os jornalistas enuncia. Esta seleção pressupõe que o jornalista faz um julgamento, na maioria das vezes implícito, acerca da relevância e do seu interesse para o público. Este julgamento está diretamente relacionado a uma visão de mundo interiorizada pelo jornalista que vai considerá-la também partilhada pelo seu público. Ao enunciar, o jornalista parte do pressuposto de que sua audiência interessa-se por aquilo que ele enuncia, isto é, a enunciação jornalística seria, neste sentido, um trabalho de transformação incorporal dos fatos, fazendo-os acender ao público por meio da sua enunciação. Por conseguinte o texto jornalístico é um ato de linguagem que consiste no desdobramento de um trabalho de transformação provocado pela ação da enunciação. Neste sentido, a notícia é um processo de investimento de sentido. Nesta perspectiva, o valor referencial predomina na enunciação jornalística e pressupõe a veracidade dos fatos a que se refere e a autenticidade do seu relato. Este pressuposto instituiria um autêntico contrato entre o jornalista e sua audiência. (VIZEU, 2002c: 9). A forma pela qual o jornalismo institui-se de autenticidade e legitimidade será visto na próxima seção.

### **3.1.1 A noção de contrato**

Falar em contrato significa dizer que os indivíduos pertencentes a um mesmo grupo são capazes de entrar em acordo a propósito das representações de linguagem destas práticas (CHARAUDEAU apud MAINGUENEAU, 1997: 30). Isto é, o sujeito, ao enunciar,

pressupõe que existe um ritual comum de linguagem onde a fala de todos está relacionada. A isto Verón denominou *contrato de leitura*, e Charaudeau *contrato de comunicação*<sup>21</sup>.

Para que haja um contrato entre os interlocutores do discurso, estes têm que reconhecer as falas uns dos outros. Ao por o aparelho de enunciação em funcionamento, põe-se em prática as regras e convenções que regulam as relações entre os participantes. Este conjunto de regras são herdado pelos indivíduos a partir da sua experiência cultural e das relações sociais existentes.

O que a noção de contrato evidencia que o processo de recepção, o ato de leitura é também produção de sentido, pois as condições de consumo, ou de reconhecimento como prefere Verón, também influencia os modos de dizer do enunciador. O processo de se consumir um texto é, portanto, um processo em que enunciador e coenunciador se atualizam num processo dialógico.

Mas é também por meio do contrato que o indivíduo estabelece a relação com o que ele e com os consumidores de seu discurso. Retorna-se aqui ao que Pinto (2002: 65-69) denominou de modos de dizer (mostrar, interagir e seduzir), e por meio do qual o emissor vai construir o universo de discurso em jogo, estabelecer relações de poder com o receptor e marcar as pessoas, coisas e acontecimentos com valores positivos ou negativos.

---

<sup>21</sup> O círculo hermenêutico, ou semiotização global de Paul Ricoeur, trata da reconstrução deste contrato. Inclusive, pode-se observar que o modelo gráfico do *contrato de comunicação* de Charaudeau é idêntico à representação do círculo hermenêutico ricoeuriano. Para Ricoeur, o processo de comunicação entre duas pessoas suscitam três aspectos: a mediação do signo, o reconhecimento do outro e a relação do mundo na visão referencial do discurso. O discurso é o ponto de interseção destas três frentes. Uma análise semiótica de um texto só pode, segundo o autor, demonstrar as configurações internas de um texto. Desta forma, os estudos semióticos só dão conta de uma parte do processo de semiotização global. (Ricoeur, 1994)

Portanto, uma característica deste contrato é a interdiscursividade no qual o receptor constrói o sentido de acordo com a sua experiência cultural que vai gerar outros discursos e provocar um permanente processo de negociação entre produção e consumo, gerando uma troca permanente de sentidos. Assim, não há produção de discurso que seja desinteressada, pois toda produção de sentido é direcionada para atingir seu campo de recepção. O contrato (seja de leitura ou de comunicação) seria, portanto, a identificação por parte dos consumidores do discurso com o sujeito enunciador, embora esta identificação entre os interlocutores possa ser negociada e mudada unilateralmente. (BRANDÃO, 2000: 48).

Maingueneau (1998: 36) afirma que para cada gênero discursivo associa-se um contrato específico. Mas também considera que um gênero de discurso como uma combinação original de diversos contratos. Para Charaudeau (*apud* MAINGUENEAU, 1998), o contrato de comunicação possuiria as dimensões *situacional*, que corresponde a um *contrato de troca* e diz respeito, em particular, às identidades sociais; e *comunicacional*, que corresponderia a um *contrato de fala* que controla os comportamentos discursivos esperados segundo a natureza do *contrato de comunicação*.

A noção de contrato também demonstra que sujeito da recepção não é passivo, embora aceite as regras do contrato. No capítulo dois, viu-se que há as gramáticas de produção e as gramáticas de recepção. Como instâncias diferentes da prática discursiva, a produção e a recepção possuem gramáticas diferentes que regulam tanto a produção quanto a recepção, permitindo uma liberdade relativa aos sujeitos do discurso.

Em sua tese de doutoramento, Ferreira (1997) observou que a relação proposta pelos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* ultrapassava as fronteiras do produto, ou seja, pelas vias das estratégias e estruturas discursivas no suporte impresso. O contrato proposto por estes jornais

implicava na presença dos sujeitos sociais, sobretudo o dispositivo jornalístico inserido numa esfera pública. Assim, na conclusão do autor, o *contrato de leitura* é um dos contratos propostos pelos jornais. Para que a análise desse conta desta situação, Ferreira recorre à hermenêutica ricoeuriana, pois, segundo ele, a hermenêutica de Paul Ricoeur, ao analisar o processo de semiotização do mundo leva em conta os sujeitos extradiscursivos, além dos discursivos.

A contribuição dos estudos de Ricoeur para a análise de discursos é ressaltada por Ferreira (1998) pois na semiotização global proposto pelo hermeneuta francês, destaca-se dois processos estritamente ligados. Um processo de transformação realizado pelas palavras da língua e um processo de transação conduzidas pela situação de comunicação. Nesta perspectiva de Ricoeur, dois patamares de análise estão em pé de igualdade, um engendrado pelas estratégias e estruturas discursivas e um outro pelas estratégias e estruturas da ação (sociais). Este círculo hermenêutico evidencia a noção de *contrato de comunicação*, que está além do *contrato de leitura* por evidenciar poder expor a relação existente externamente ao produto da comunicação midiática, neste caso do jornalismo impresso.

A análise da relação jornal-leitor por intermédio do contrato de comunicação teria a vantagem, segundo Ferreira (1999), de permitir analisar esta relação pelas vias sociológicas e semiológicas, pois a relação entre estes sujeitos da comunicação estaria posicionada social e discursivamente. Isto quer dizer que os jornais dispõem dois patamares de concorrência: um mercado discursivo e um mercado institucional.

A proposta da semiologia dos discursos sociais de Pinto (2002) leva em consideração dois níveis de mediações. Um nível é feito justamente pelo que se chamou de práticas discursivas que engloba três níveis de contextualização: situacional imediato, institucional e

societal ou contexto sociocultural amplo. Outro nível de mediação mais específico leva em consideração os processos institucionais, que podem ser divididos em processos institucionais de produção de textos, de circulação e de consumo, como visto no capítulo dois. Pode-se observar que estes dois níveis de mediação contemplam a proposta de Ferreira.

### ***3.2 A legitimação do campo jornalístico***

A história do jornalismo confunde-se com a aventura da modernidade, sendo que àquela pode ser considerada uma síntese do espírito moderno, que é a razão. Mesmo que no século XVII já houvesse veículos de comunicação como a Gazette, de Théophraste Renaudot, com algumas características básicas dos jornais, o jornalismo é filho legítimo da Revolução Francesa (MARCONDES FILHO, 2002).

O jornalismo, então, associa-se a três movimentos resultantes desta aventura. Ele expande-se na luta pelo que se denominou “direitos humanos”, no estabelecimento da burguesia e na luta contra as monarquias absolutas. Está vinculado a desconstrução do poder da Igreja e do poder papal, além de fazer parte do processo que transformou a informação de capital à mercadoria. No interesse de se construir a notícia, o jornalismo é capaz de tudo, não há privacidade nem segredo que possam estar livres de chegar ao conhecimento público. Daí vem o mito da transparência, o direito que todo o cidadão tem de obter a informação, de saber o que acontece no mundo, ao seu redor.

Na fundação do espaço de existência social, polifônico e desigual que ocorreu na modernidade, emergiu novas formas de elaborar narrativas que organizam o mundo. Dentre os campos que surgiram neste espaço, o jornalismo constituiu-se num dos mais propensos a fazer o papel de interlocutor na cena pública e política da sociedade, isto porque ele conseguiu



constituir-se como um campo legitimado na sociedade para operar funções de outros campos. O jornalismo assumiu, portanto, um papel privilegiado para narrar os fatos do mundo, mas principalmente não como observadores, mas como criadores da realidade (REIS, 2002), como se viu na seção anterior.

Marcondes Filho (2002) subdivide a história do jornalismo em quatro fases, além, é claro, da pré-história do jornalismo caracterizada por um tipo de produção artesanal agenciada por empreendedores isolados. Neste período, que vigorou de 1631, com a fundação da *Gazette*, a 1789, os jornais eram pequenos (possuíam de três a quatro páginas) e paginados de forma continua sendo mais parecidos com os livros. Em seus relatos, predominavam o espetacular e o singularmente novo como as notícias de desastres, mortes e nascimentos de membros da nobreza e de seres deformados. A empresa que produzia o jornal atuava mais como um correio, e quem produzia as notícias parecia mais com um carteiro. Nessa época, o jornal atendia com exclusividade a alguns núcleos de poder econômico e financeiro do mercantilismo.

A fase definida como *primeiro jornalismo* vai de 1789 à segunda metade do século XIX. O jornalismo, a partir de então, como produto da Revolução Francesa, passa a ter a função de “esclarecer” política e ideologicamente. É fruto do *iluminismo* e da ascensão da burguesia ao poder. O monopólio da informação à nobreza e ao clero, o predomínio do segredo, assim como o poder “divino” cede seu lugar ao poder humano e ao esclarecimento. Inicia-se, neste período, a profissionalização do jornalismo. Incentivado pelos ideais burgueses em que tudo deve ser exposto, que a informação deve circular, o jornalismo começa a se transformar em uma instância política autônoma. Predomina o jornalismo

político-literário cuja função principal é a doutrinação política e o pedagogismo e a economia fica em segundo plano.

A partir da segunda metade do século XIX, o *segundo jornalismo* se transforma em empresa capitalista impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico dos processos de produção do jornal. Estas transformações exigem que a empresa jornalística seja auto-sustentável. A sobrevivência da instituição substitui os objetivos políticos-literários e a função do jornalista se transforma. De escritores, transformam-se em servidores, em “ajudantes de mercado”. O jornalista-político proprietário no *primeiro jornalismo* torna-se o empresário no *segundo jornalismo*. A “liberdade” de expressão política do jornalista daquela fase cai sob a investida dos novos poderes financeiros e das novas autoridades públicas deste período. A grande mudança que ocorre é a inversão da importância da atividade noticiosa de *valor de uso* a *valor de troca*, ou seja, a venda de espaços publicitários para a sustentação econômica do jornal em detrimento da atividade redacional-noticiosa. Neste período, os jornais sensacionalistas começam a surgir e a *imprensa de massa* dá os primeiros sinais de vida. Os jornais se transformam. Ganham manchetes, destaques, primeira capa, tudo que fosse possível para chamar a atenção e vender mais.

O monopólio é uma das principais características do *terceiro jornalismo*, que se desenvolveu no século 20 com o crescimento e desenvolvimento das empresas jornalísticas e teve a sobrevivência ameaçada pelas guerras e regimes totalitários do período. A indústria publicitária e as relações públicas que se desenvolveram após a Grande Depressão Americana que se iniciou no final da década de 1920, vão competir com o jornalismo forçando a sua transformação. A imprensa de negócios se consolidou como sociedade por ações e a empresa jornalística se impôs como única forma de competir no mercado editorial. Neste período

também se formaram os grandes conglomerados da indústria da imprensa e as tiragens tiveram grande aumento.

No final do século 20, surge o *quarto jornalismo*. É a era das tecnologias das comunicações e da informação. Marcondes Filho identifica dois processos nessa fase. Primeiro, a expansão da “indústria da consciência<sup>22</sup>” no plano das estratégias da comunicação e persuasão dentro dos noticiários e da informação. As assessorias de imprensa ganham espaço e a comunicação delas passa a se confundir, nos jornais, com a informação jornalística. O outro processo relaciona-se com a informatização e com a comunicação eletrônica que vai transformar o papel do jornalista mais uma vez. O fluxo de informação cresce, o processo de produção organiza-se em torno das redes e as informações estão presentes em todos os lugares. A informação produzida e circulante nas redes incide na figura dos jornalistas que eram vistos antes como “contadores de histórias” (repórteres) ou “explicadores do mundo” (analistas e comentaristas).

No âmbito das relações entre comunicação e tecnologia, há a virtualização do trabalho jornalístico e a interferência no conteúdo. A relação do homem com o trabalho muda. A tecnologia impõe o seu ritmo e sua lógica às relações de trabalho. Estas mesmas tecnologias influenciam no conteúdo, favorecendo certas linguagens em detrimento de outras. A qualidade técnica impõe-se como estética fazendo com que os fatos fabricados nas redações concorrem em superioridade com os fatos brutos ou reais<sup>23</sup>. Harbermas já havia chamado, em

---

<sup>22</sup> Denominação de Hans Magnus Enzensberger para um novo e mais avançado estágio da *indústria cultural* que os franceses chamaram de *comunicação* e os americanos de *merchandising* (MARCONDES FILHO, 2002: 29)

<sup>23</sup> Maior dramaticidade, melhor técnica. Basta lembrar a primeira Guerra do Golfo transmitida ao vivo pela rede de TV americana CNN num show de luzes parecendo um *videogame*. Ou também a última Guerra do Golfo com a transmissão ao vivo das bombas inteligentes ou o show em torno da captura de Saddam Hussein com as imagens do ex-ditador e as palavras, que pareciam ter sido feitas sob medida calculada milimetricamente por

*Mudança estrutural da esfera pública*, a atenção para estas transformações da indústria da promoção da comunicação (MARCONDES FILHO, 2002).

### **3.2.1 A esfera pública**

As transformações ocorridas no jornalismo relacionam-se intimamente o decorrer da história da modernidade ocidental. Neste sentido, para falar de jornalismo, deve-se também falar da noção de espaço público, esfera em que o jornalismo se desenvolve e se firma com interlocutor privilegiado. Na mesma obra citada acima, Harbermas forjou o conceito *esfera pública* para dar conta da emergência, durante os séculos XVIII na França e na Alemanha, de uma esfera intermediária entre a vida privada e o estado monárquico fundado, sobre o segredo. Grosso modo, a *esfera pública* de Harbermas são os ambientes abertos, de discussão democrática como as praças, auditórios, cafés, reuniões, etc. É a infra-estrutura para a constituição de opiniões políticas, que, em época de eleições ou plebiscitos vai se consolidar como majoritária.

A partir do uso da razão, os homens educados utilizavam este espaço, fundado na publicidade dos debates, para construir os modelos de leis e de governo que se oporiam ao poder dos reis. Na esfera pública que surgia, construía-se um fórum poder-se-ia criticar e questionar a autoridade do estado e justificar-se perante um público pensante. As discussões nesses fóruns foram facilitadas pelo desenvolvimento da indústria do jornal, que a partir do século XVIII passou a se orientar como ambiente de discussão e crítica política.

---

uma equipe de publicitários, do administrador americano dando a notícia: “Senhoras e senhores, nós o pegamos!”

Como dito no início deste capítulo, não se tem o interesse em dissecar os estes conceitos, mas apenas nortear a estruturação do jornalismo como um espaço em que as identidades são vividas. Embora haja críticas pelo fato de que a noção de esfera pública não dê conta da ampliação das audiências extensas no tempo e no espaço que passou a integrar as transformações que ocorreram no jornalismo, como as citadas na seção anterior, ou pelo fato de os receptores das mensagens serem tratados passivamente<sup>24</sup>, como já criticado no começo deste capítulo. Importante é saber que a abordagem de Habermas permite mostrar que o desenvolvimento da comunicação midiática causou o deslocamento nas representações poder, permitindo a criação de outros espaços, ou nas palavras de Augé (1994), de “lugares” e “não-lugares”.

Fausto Neto (1999) entende que as mídias são um dos dispositivos instauradores do espaço público, na medida em que, pela sua ação ritualística e cotidiana, elas não só anunciam a noção de realidade, mas também se convertendo elas mesmas como um lugar em que a realidade passa e se faz. Elas estruturam e se estruturam no espaço público. Como integrantes desse espaço, as mídias se tornam lugar de passagem para aquilo que a sociedade produz discursivamente. Ela cumpre um papel de mediação da produção discursiva social, mas não como uma mediadora passiva. Por isso que as mídias, como instâncias dotadas de competências específicas no interior do espaço público, possuem competências próprias que atuam em seu interior dando uma dimensão de visibilidade pública cujas falas estão sujeitas a um conjunto de leis e condições de produção próprias delas. No interior desses espaços, elas atuam mediatizando as experiências do cotidiano e das instituições, dando legitimidade e

---

<sup>24</sup> Habermas é herdeiro da Escola de Frankfurt, e como tal, sua abordagem sofre algumas das limitações da Teoria Crítica. Pode-se questionar também a visão habermasiana muito influenciada pelos ideais iluministas de que se pode conquistar e vencer através do uso da razão.

visibilidade a outros campos ao mesmo tempo em que se destaca como importante instância desta nova ordem.

O espaço público pode ser visto como uma esfera em que um conjunto de práticas simbólicas desenvolvidas e mobilizadas no interior das diferentes instâncias se estrutura. No caso do jornalismo, este campo é um espaço em que a vida política e social são objetos de práticas discursivas em cujo interior há embates de sentido. Neste sentido, o jornalismo é a arma com a qual se travam batalhas e se disputam poderes, políticas, verdades, isto é, a realidade que deve prevalecer, a hegemonia da fala. O campo jornalístico pode ser pensado então como um lugar por meio do qual os grupos sociais ganham visibilidade, o fórum de discussão, debate, publicização e mobilização social, um espaço polifônico orquestrado por um regime privado (FACCIN, 2002).

### **3.2.2 Campos sociais**

A noção de *campos sociais* surgiu com Bourdieu para dar conta dos contextos sócio-culturais levando em consideração as ações e interações que ocorrem em seu interior. Adotar a noção de campos é mais uma forma de fugir da visão dicotômica que dominou os diversos estudos de mídia e do jornalismo. Duas contribuições na adoção deste termo é que, em primeiro lugar, a visão sociológica de Bourdieu aproxima-se dos postulados da semiologia dos discursos sociais contemporânea pois o autor preocupou-se em levar as problemáticas da lingüística e da semiótica para a suas teorias<sup>25</sup> (PINTO, 2002: 29) e, em segundo lugar, ele evidencia as relações sociais efetivas ressaltando o enfrentamento no interior de cada campo em detrimento da distinção indivíduo e sociedade.

---

<sup>25</sup> Pinto (*ibidem*) também cita Bakhtin, Foucault e Harbermas como autores que tiveram a mesma preocupação

Considerando uma formação social dentro de um contexto sócio-cultural, a noção de campo permite se ter uma percepção da relativa autonomia existente entre os campos, tanto na maneira de existir quanto ao seu funcionamento. Esta autonomia em relação aos outros campos é relativa, pois varia de acordo com as relações de força que o campo estabelece com o seu exterior, o que ressalta ao mesmo tempo uma relativa independência no funcionamento interno e uma situação de concorrência externa. Nos estudos do jornalismo, sua adoção é importante. No interior do campo jornalístico disputam-se legitimidade e poder, e a relação entre os jornalistas e seus desejos que possuem chances reais de realização.

Na concepção de Bourdieu, os campos podem ser identificados enquanto espaços onde se travam relações objetivas e onde seus agentes, dotados de um *habitus* e de posições nesses *locus*, lutam para determinar quem tem legitimidade para falar e o que é legítimo falar. Estes espaços são compreendidos como um conjunto organizado em que os atores sociais se definem uns em relação aos outros, construindo posições e se definindo dentro delas em relação aos outros. No interior de um campo social, prevalecem leis próprias que estabelecem a participação de cada ator social, o papel a ser cumprido, o seu direito, seus limites e regras.

O campo jornalístico poderia, nessas condições, ser definido como uma situação institucionalizada em que cada um de seus membros (jornalistas, acionistas, distribuidores e anunciantes) age de acordo com as regras e convenções internas do campo e que se tornam as rotinas diárias de trabalho. Assim como em qualquer outra instituição, essas regras podem estar explícitas como implícitas, serem formais ou informais que podem ser modificadas no processo de sua aplicação. Sua estrutura interna é movida por uma dinâmica interdependente em que se travam disputas que determinam o grau de posicionamento dos jornais e dos jornalistas em relação a esta estrutura.

Como se viu no início desta seção, o jornalismo tornou-se um empreendimento comercial. Para Bourdieu (*apud* FACCIN, 2002) esta situação influencia de forma determinante sobre as características do produto da comunicação midiática e ressalta também as disputas internas ao campo, como as discussões de valores e éticas profissionais e as influências dos campos políticos e econômicos sobre a atividade dos atores sociais do campo jornalístico.

Nas disputas internas e externas para cumprir seu papel social de informar, o campo jornalístico sofre influências de várias ordens decorrentes das relações com as elites políticas e das relações de mercado. Vive uma situação de conflito interno para em que as empresas jornalísticas buscam se legitimar institucionalmente como referência da promoção da comunicação, do debate público e da realidade social. Na medida em que elas se institucionalizam, conquistam uma posição privilegiada dentro do campo.

Na noção de campo social de Bourdieu destaca-se o que pode ser denominado de “luta concorrencial” por objetivos comuns. Como todo campo social segue uma lógica de funcionamento que provoca um conjunto de efeitos ligados, em sua forma e eficiência, à própria estrutura do campo, no campo jornalístico, a distribuição dos jornalistas e jornais dependem da sua relação de autonomia às forças externas, de mercado de leitores e de mercados de anunciantes (BOURDIEU, 1997: 102). É neste aspecto que Faccin (2002: 98) postula o campo jornalístico como lugar de identidades sociais, construídas e designadas em diferentes graus no mercado simbólico.

A lógica do campo jornalístico, segundo Bourdieu (FACCIN: 106-108), é orientada para a produção de um bem altamente perecível, que é a notícia. Nessa lógica estão presentes os veredictos de mercado, como os índices de audiência ou sanções dos clientes. Essa lógica



faz com que os jornalistas estejam mais propensos a adotar os critérios do mercado na produção ou na avaliação dos produtos da concorrência. As ações dos jornalistas dentro do campo passam, portanto, pela concorrência para conquistar a clientela. A busca pelas notícias mais novas, pela exclusividade, pela prioridade, entre outras ações, está mais visível quanto mais próximos o campo jornalístico estiver do pólo comercial. Ao mesmo tempo em que se busca a diferença, a lógica de funcionamento interna deste campo impõe uma uniformidade da oferta. Na situação de concorrência, incita-se a vigilância procurando evitar os erros e aproveitar os acertos. Esta seria a explicação para que a originalidade e a diversidade cedam lugar, muitas vezes, a uniformidade (BOURDIEU, 1997).

Esta caracterização da lógica de funcionamento mostra que a “luta concorrencial”, neste caso, do campo jornalístico mostra que ocorre em uma situação institucionalizada em que os jornalistas, distribuidores, anunciantes e acionistas agem regidos pelas regras válidas no interior do campo. E mais, estas regras não são rígidas, e podem mudar conforme se estabelecem às relações entre seus agentes.

A participação de cada um dos atores dentro de um campo social depende de recursos denominados por Bourdieu de *capital*. Para os interesses desta dissertação, é interessante distinguir três tipos de capital. O *econômico*, que inclui bens materiais e financeiros; o *cultural*, que inclui conhecimentos, habilidades e qualificações educacionais; e o *simbólico*, que inclui os méritos, prestígios e reconhecimentos. O luta pela apropriação deste capital é irreduzível, na medida em que seus agentes demonstram maior ou menor interesse em lutar por ele e a partir dele se constitui um campo social (BOURDIEU *apud* FACCIN, 2002: 100).

Observando a natureza do campo jornalístico pode-se supor que seu poder constitui-se em cima do capital simbólico. O poder do jornalismo está fundado em sua credibilidade, ou

seja, de se fazer crer. E segundo Bourdieu (FACCIN, 2002), o poder simbólico, é o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e ver, de transformar e confirmar a visão de mundo e, deste modo, de agir sobre o mundo. É o poder de se obter o que se deseja sem utilizar a força, mas se fazendo reconhecer, de conseguir as coisas pelas palavras.

A credibilidade é, portanto, o capital em disputa dentro do campo jornalístico e também por outros campos. E como o jornalismo instituiu-se como um campo plural e público, adquiriu diferentes formas de poder que vão estar mais residente na sua condição de poder dizer do que no conteúdo do que diz. Na perspectiva dos discursos sociais, Pinto (2002: 54) reforça a importância do capital sociocultural no plano do poder simbólico, pois é este capital que vai condicionar seu *status* em cada evento comunicacional em que participa.

Tanto o poder de penetração no público pelas empresas de comunicação, quanto a credibilidade dos jornalistas forjadas no interior do campo jornalístico dependem da acumulação dos capitais culturais e simbólicos. Assim, a credibilidade jornalística de uma empresa repousaria na luta concorrencial condicionada pelos efeitos de produção, circulação e consumo das notícias produzidas (FACCIN, 2002: 103).

### **3.2.3 A técnica**

Na disputa do campo jornalístico como espaço privilegiado de debate público e construção da realidade podem-se distinguir duas situações. De um lado, a nova ordem da modernidade que coloca a liberdade de expressão e direito à informação como primordiais para o desenvolvimento. De outro, a técnica como argumento com o qual o jornalismo pode-se constituir diante dos outros campos como interlocutor privilegiado e legítimo.

Após a Independência Americana e a Revolução Francesa o direito à liberdade de expressão e de informação disseminou-se pelo mundo. A imprensa recém-nascida ainda constituía-se como um meio de transmissão de opinião dos segmentos que buscavam hegemonia, como o caso da burguesia em ascensão. A massificação da escrita e o surgimento da imprensa periódica incluem-se nesse processo de reorganização social e de representação simbólica.

Desde os primórdios do jornalismo, a burguesia adotou a liberdade de imprensa como discurso para defender seus interesses mercadológicos e políticos na disputa pelo poder. Do tempo da imprensa de opinião ou panfletária, juntou-se em seguida a imprensa “neutra” com o seu “compromisso com a verdade”. A massificação da imprensa levou a ampliação da produção jornalística e conseqüentemente exigiu uma maior normatização do processo para que se tivesse um controle maior de seu produto, compondo de forma segura e controlada o papel de informar e gerar opinião, sem que esta fosse percebida durante o consumo daquela (REIS, 2002). Daí o estabelecimento das rotinas de produção e dos manuais de redação. Constituiu-se, então, o tripé que abre um espaço para que o campo jornalístico se estabelecesse como ambiente privilegiado: a liberdade de imprensa, o direito à opinião e o direito à informação.

Há de se ressaltar, entretanto, que as remissões deste três elementos são diferentes e afetam de forma diferente o jornalismo. O direito à opinião relaciona-se às parcelas da população que se colocavam à margem dos processos decisórios do estado e ressalta a falta de reciprocidade entre o poderio político e econômico da burguesia. Refere-se, portanto, à luta pela transferência da instância de legitimação e à mudança do método de se produzir tal legitimação do estado e da sociedade. A liberdade de imprensa diz respeito à emergência dos

novos círculos de poder que começavam a despontar no advento da modernidade. Tratava de partilha do poder que ocorria naquele momento. O direito à informação evoca a livre circulação de matéria-prima necessária à construção de opinião pelos segmentos que acessam a produção simbólica que circula nos meios de comunicação. Refere-se, portanto, ao reconhecimento da competência de uma instância em elaborar julgamentos. Nela, o campo jornalístico encontra seus argumentos para se auto-intitular um narrador neutro e legítimo do mundo.

A objetividade e imparcialidade encontram-se sustentada sobre as técnicas de produção jornalísticas. Se de um lado o direito a informação abre espaço para se reconhecer uma instância como competente para elaborar julgamentos, a técnica é a justificativa para que o campo jornalístico assuma esta posição privilegiada. Para o jornalismo, as técnicas permitiriam narrar o mundo, substituindo os fatos pelas notícias sem que houvesse a intervenção de outros processos. Esta substituição garantiria o estatuto de verdade factual. De acordo com as argumentações do campo jornalístico, isto seria possível por meios do uso da razão. Sabe-se entretanto, que é por meios discursivos que se podem dissimular estes efeitos de verdade e neutralidade.

Baseados na argumentação técnica, o jornalismo desconhece o processo de reconhecimento entre o jornalista e o fato. Desconhece as marcas deixadas pelas condições de produção sob a superfície textual de sua prática discursiva. Mas é sobre o discurso moderno da neutralidade e objetividade que se sustenta a legitimidade do campo como mediador da realidade, pois o jornalismo é visto como o domínio de técnicas de pesquisa e de narrativas que podem ser aprendidas e ensinadas na escola e na experiência prática da atividade profissional (REIS, 2002). Como toda técnica, as rotinas e procedimentos profissionais são

considerados ideologicamente neutros pelos seus usuários. O mesmo ocorre com os jornalistas que acabam considerando suas rotinas de trabalho e seus manuais de redação neutros. Mas é também por meio destas técnicas que os jornalistas constroem as identidades e relações e selecionam o conteúdo que estarão em jogo no evento comunicacional e em cuja superfície do produto, o texto jornalístico, estarão presentes as marcas que permitem a contextualização da prática discursiva (PINTO, 2002: 53).

A verdade jornalística sustenta-se sobre no mito da objetividade<sup>26</sup>, que como dito anteriormente, forma-se a partir das técnicas de produção da notícia. Esta aparente capacidade de neutralidade em relação aos fatos é que a credencia como instância legítima e reconhecida para relatar imparcialmente os interesses coletivos.

Porém, o estatuto da transparência total do campo jornalístico, que está diretamente relacionado com a natureza da verdade, não é visto, a partir da visão da semiologia dos discursos sociais, atrelado apenas ao conjunto dos procedimentos técnicos e deontológicos da prática jornalística, mas as diferentes construções de verdade mobilizadas pelas práticas discursivas deste campo. Isto porque do ponto de vista discursivo, a verdade jornalística é sempre uma construção.

Por mais que as técnicas estejam presentes, o jornalista é sempre o primeiro responsável em estruturar, organizar os pacotes significantes. Como enunciador, ele opera os códigos lingüísticos, seleciona e combina as unidades que se transformam em mensagens. Não se pode esquecer, entretanto, que nesta operação estão presentes outras formações discursivas.

---

<sup>26</sup> Para saber mais sobre objetividade jornalística e seus efeitos, ver Barros Filho (2003)

Já foi ressaltada, anteriormente, a noção de contrato de comunicação. A relação de negociação entre a produção e recepção dos discursos está nelas destacadas. Com base nesta relação contratual pode-se concluir que a construção da verdade passa também pelas gramáticas de produção (da ordem dos discursos jornalísticos) e de recepção, além do próprio discurso do acontecimento e das relações entre elas. Assim, no mundo da linguagem, a verdade construída pelo jornalismo constitui-se numa construção invadida pelas marcas dos enunciadores (FAUSTO NETO *apud* FACCIN, 2002).

As transformações sociais da modernidade, tendo como base de análise as noções de espaço público e campos sociais podem ajudar a compreender que a legitimação do jornalismo ocorre num plano discursivo e sua autenticação dependeria, portanto das mobilizações em torno do tecido social. Nesta dimensão, uma das características marcantes dos discursos produzidos no campo jornalístico é que a sua legitimidade não é delimitada, segundo Rodrigues (FACCIN, 2002) num único campo da experiência, mas está presente transversalmente ao conjunto de todos os domínios da experiência moderna. É nesta dimensão que sua legitimidade é construída e assegurada. E por seu intermédio, constrói-se uma rede de significações pela qual a própria instituição se institui e se apresenta na medida em que mobiliza os saberes e discursos para ditar as normas e comportamentos.

### **3.3 A mediação da identidade**

De tudo visto até o momento, percebe-se que a legitimação e a mediação efetivada pelo campo jornalístico ocorre numa dimensão simbólica. Viu-se nas seções anteriores que o jornalismo atua numa dimensão simbólica, sendo esta sua parte constituinte primordial. Viu-se também como se processa a legitimação deste campo no tecido social. Agora, a preocupação é buscar entender como o campo jornalístico se legitima como um espaço em

que as identidades sociais se formam. Sabe-se *a priori* que o jornalismo não sói representa a realidade, mas a constrói, assim como se constrói verdades. Sabe-se que este campo atua numa dimensão simbólica em que ele se legitima e acumula capital simbólico e cultural, instituindo-se como uma poderosa instância detentora da autenticidade da capacidade do dizer.

No primeiro capítulo, viu-se que identidade, como produto simbólico, construída e vivida discursivamente, não pode ser constituída a partir de um território geográfico. A mediatização do mundo decorrente do desenvolvimento tecnológico que encurtou distâncias e suprimiu o tempo colocou as identidades sociais no espaço das mediações simbólicas em que os discursos produzidos por intermédio das práticas discursivas dariam forma a elas no interior de um mercado simbólico.

A comunicação midiática instituiu-se como instância mediadora dos sentidos entre o que é público e o que é privado. Fruto da modernidade, a comunicação midiática tornou-se inseparável de sua gestora. As instituições e atores sociais que se desenvolveram e se expandiram na aventura da modernidade estão diretamente envolvidas no aumento da mediação da experiência proporcionada por estes meios (GIDDENS *apud* FACCIN, 2002: 113).

Em seu desenvolvimento, o campo jornalístico conseguiu, por meio da mediação, a capacidade de naturalizar as dimensões expressivas e pragmáticas de outras instituições e apresenta-as como naturalmente fundadas. Isto pela capacidade de rememoração simbólica promovidas pela efemeridade de seus enunciados (RODRIGUES *apud* FACCIN, 2002).

Faccin (2002) estabelece, por exemplo, quatro estratégias de naturalização promovidas pela capacidade de mediação do campo jornalístico. A estratégia de reforço é resultante da projeção pública da ação simbólica com efeito de visibilidade que o jornalismo confere às instituições ajudando-as e se manter no imaginário social. A compatibilização é a estratégia pela qual o jornalismo esvazia os discursos conflitantes compatibilizando as instituições. Na medida em que se evidenciam as diferenças entre as instituições, o jornalismo atua utilizando a estratégia de exacerbação dos diferenciado. A quarta e última é a intervenção nos regimes de funcionamento, com a qual, dependendo da intensidade da projeção pública, há uma aceleração ou travamento dos regimes de funcionamento das instituições envolvidas.

Viu-se no capítulo um que a condição pós-moderna fragmentou a referência das grandes narrativas, e que nesse universo discursivo as identidades se constituem. A mediação simbólica promovida pelo campo jornalístico é importante ator na criação desse universo simbólico. A mediação promovida pelos meios de comunicação possibilitou, portanto a pulverização das diferentes manifestações de identidades sociais e de vivência mediadas por um aparato de intervenção e de representação na vida social (FACCIN, 2002).

O desenvolvimento dos meios de comunicação chegou a tal ponto que as tradicionais funções de circulação de idéias e opiniões elaboradas pelos sujeitos sociais deu lugar a uma esfera em que a comunicação midiática assumiu o papel de produção e circulação de bens simbólicos que redimensionou sua capacidade de mediação (RUBIM *apud* FACCIN, 2002).

Na sua esfera jornalística, a comunicação midiática instituiu-se como território privilegiado autorizado a transitar por vários domínios da experiência e mediar os discursos e práticas dos diferentes campos sociais e seu próprio espaço discursivo. Viu-se, no capítulo dois, que a mediação através da prática discursiva sofre restrições sociais que revelam as



diferentes posições de poder exercidas nos processos comunicacionais, mas que também permite o acúmulo de capital sociocultural que condiciona o *status* de cada participante do evento. É nesta concepção que se respalda a idéia de que a identidade social, mesmo que contasse com a presença hegemônica de certo modelo, seria produzida, reproduzida, transmitida e transformada pelas mediações das diferentes instituições sociais que disputam a hegemonia no mercado simbólico (FACCIN, 2002). Neste sentido, entende-se que as identidades são construídas, vividas, reproduzidas e transformadas nas e pelas práticas discursivas em um território constituído pelo campo jornalístico.

## **4      ESPÍRITO SANTO: PEQUENO PANORAMA HISTÓRICO E MIDIÁTICO**

Discutiu-se no primeiro capítulo que a identidade é um conceito polêmico. Contudo, como afirma Hall (2000), sem este conceito se torna impossível pensar outras questões no mundo contemporâneo. O questionamento sobre a existência ou não de uma identidade capixaba é interessante, principalmente quando se leva em conta que, no conteúdo, a experiência vivida pelo capixaba não difere muito da experiência brasileira (REIS, 2002: 56).

O Espírito Santo possui as mesmas características políticas, econômicas e sociais que outros Estados do Brasil. Possui os mesmos ingredientes históricos, culturais e econômicos que formam um povo, em seu sentido político-cultural. As diversidades étnicas, raciais, culturais e lingüísticas também estão presentes; além da existência de uma história que precede à colonização portuguesa e se enquadra no processo de desenvolvimento econômico das políticas nacionais de modernização do país. Mas mesmo assim, um traço marcante no Estado é o sistemático questionamento a respeito da identidade capixaba e das suas características. (REIS, 2002: 22-23)

As diversidades citadas acima e as relações com o contexto histórico, político e econômico nacional, seja afirmando, seja negando as diferenças, são elementos que estão presentes na constituição de outras identidades regionais. Poder-se-ia supor que a crença na inexistência de uma identidade capixaba repousaria em dois pontos principais. Em primeiro lugar, parece que a maior parte das análises acerca da cultura e da identidade no Espírito Santo são fundamentados em uma concepção não discursiva da identidade, vinculadas mais a

uma perspectiva iluminista ou sociológica de sujeito muitas vezes baseada numa relação direta entre folclore e identidade. Em muitos estudos, a cultura ainda é analisada a partir de uma perspectiva folclórica, tendo como parâmetro concepções modernas que há alguns anos vêm sendo questionadas na contemporaneidade, como visto no capítulo um.

Em segundo lugar vem o isolamento histórico a que o Espírito Santo esteve sujeito e a situação limítrofe com três grandes pólos políticos, culturais e econômicos do Brasil (Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia), além, é claro, de um baixo desenvolvimento e do atraso econômico a que o Estado esteve submetido em sua história. Como consequência, o capixaba possui uma baixa auto-estima. Para Alain Herscovici (2001:18), o isolamento histórico do Estado não permitiu ao capixaba criar referenciais culturais próprios, o que é agravado pela falta de realização e de implementação de um posicionamento mediático, que pudesse construir a cultura capixaba e vendê-la a outros Estados do Brasil. Isto quer dizer que o Espírito Santo não teria conseguido, até o momento, impor-se midiaticamente para o Brasil e, com isto não teria conseguido “vender” aos outros brasileiros “seus bens culturais”.<sup>27</sup>

A certeza das potencialidades do Estado e a realidade de que ele poderia se encontrar numa situação melhor sempre estiveram presentes. Esta situação, inclusive, assemelha-se com o sonho do brasileiro em ser uma grande nação, em ser uma grande potência mundial. O naturalista francês August Saint-Hilaire, que esteve na Província do Espírito Santo no início do século XIX, além dos primeiros colonos, destacou as potencialidades da Capitania. Os

---

<sup>27</sup> Para Félix Guattari e Suely Rolnik (1999) a cultura é um conceito profundamente reacionário e está intimamente relacionada aos mercados de poder e econômicos, e nunca aos níveis de produção, criação e consumo real. Para eles não existem várias culturas, mas apenas a cultura capitalística, que permeia todas as outras formas de expressão que chamamos de cultura popular, erudita, etc. A cultura, nessa perspectiva, nada mais é do que uma mercadoria.

jesuítas afirmavam ser aqui a “melhor terra do Brasil” (NEVES, 2001: 81). Procura-se ressaltar que o Espírito Santo tenha sido o único Estado brasileiro não ocupado por forças estrangeiras e o primeiro a manter uma campanha sistemática contra os guerreiros indígenas (NEVES, 2001: 81). Deste Estado saiu o exército, formado por índios, que combateu os franceses no Rio de Janeiro e foi por esta capitania que foi dada a notícia da descoberta de ouro na região das Minas Gerais. O Estado possui, ainda, o primeiro registro da presença de um músico no Brasil. A baixa alto-estima é ainda destacada no hino do Estado, no qual se encontra a seguinte frase: “nossos braços são fracos, que importa” (NEVES, 2001: 82-83)

Mas um fato inegável tem ocorrido nos últimos 20 anos e tem colocado o Estado numa posição de destaque, embora ele não tenha conseguido uma visibilidade nacional e continue numa situação marginal no Brasil. O Espírito Santo é um dos Estados que tem obtido crescimento econômico superior à média nacional, o que tem mudado rapidamente o baixo desenvolvimento presente em sua história. Segundo estudo realizado pelo jornalista José Carlos Monjardim Cavalcanti<sup>28</sup> (2003?), o Cacau Monjardim, o Espírito Santo não deve ser desprezado no contexto nacional, por sua capacidade econômica. Nas suas palavras “o Espírito Santo é o mais brasileiro dos Estados de nosso país, porque é o ponto de encontro do espírito de ação do sul e do sentimento poético do norte”. Nos dados<sup>29</sup> levantados por Cacau, o Estado se encontra em posição de destaque no mundo como o maior complexo de pelotização, o maior exportador de placas de aço, o maior porto exportador de minério de

---

<sup>28</sup> José Carlos Monjardim Cavalcanti é considerado o pioneiro no colunismo de Economia no Espírito Santo. Ele foi diretor do jornal O Diário até a decretação do AI-5 em 1968 e é ex-Secretário de Comunicação do Estado do Espírito Santo.

<sup>29</sup> No *site* da Prefeitura Municipal de Linhares, de onde se pode ver a tabela resultante da pesquisa, não há referências de onde foram obtidos os dados. Há também dados que consideraria subjetivo, como afirmar que o Estado possui o melhor clima do mundo. Não há, também, referências sobre metodologias e parâmetros adotados.

ferro, o maior pesqueiro de Marlin, a maior empresa exportadora de café em grãos, a segunda maior mineradora transoceânica de minério de ferro, o terceiro melhor clima e a maior biodiversidade vegetal por hectare.

Na América Latina, segundo dados do Cacau, o Espírito Santo é o maior exportador de mármore, de granito e possui a maior indústria de móveis laminados. No Brasil, ele está em posição de destaque em relação à variedade de espécies de animais e em setores como mineração, industrialização, produção de hortifrutigranjeiros e rentabilidade. Além disso, ele possui boa infra-estrutura, revelando-se o quarto Estado em potencialidade de consumo.

Cacau considera ainda que há 20 anos o PIB do Espírito Santo supera a média nacional, assim como média da expectativa de vida. O Estado responde, ainda, por 51% da carga geral exportada pelo país, além de possuir o maior complexo portuário e o maior alto forno siderúrgico do Hemisfério Sul. Segundo o pesquisador, Vitória é a segunda capital em qualidade de vida e, segundo a Unesco, o Estado possui quarto melhor padrão de ensino público do país. Ao ressaltar essas características, parece que há uma tendência a se apagar a imagem de subdesenvolvidos, pobres e sem traços culturais marcantes que baixa a alta estima do capixaba.

Uma situação dificulta as pesquisas históricas acerca do Espírito Santo, principalmente em algumas áreas. Os historiadores e pesquisadores são unânimes ao afirmar que há deficiência de material para pesquisa. As gerações anteriores não tiveram a preocupação de preservar documentos e informações. Segundo Dadalto (2001: 33), há poucos estudos sociológicos e antropológicos sobre o Espírito Santo. Os poucos estudos se referem à formação histórica do Estado. Numa rápida olhada, pode-se perceber que o que se salvou no

tempo se encontra fragmentado e mal catalogado. Sabe-se, entretanto, que o resgate da memória é um movimento recente.

O objetivo deste capítulo, contudo, não é resgatar a história do Espírito Santo, em geral, e da sua mídia impressa, em particular. Objetiva-se sim traçar um pequeno panorama histórico e social que possa justificar por que a identidade capixaba é marcada por uma baixa auto-estima e por que esse povo sente a necessidade de reverter este quadro, mostrando ao Brasil e aos próprios capixabas as suas potencialidades. Há o interesse em mostrar também uma breve historiografia da imprensa capixaba e o papel que ela cumpriu e cumpre no contexto capixaba.

#### ***4.1 Conjuntura histórico-político-social***

Até meados do século XIX, a cana de açúcar foi o principal produto econômico para a pequena população do Espírito Santo. Em 1818, a população estimada do Espírito Santo era de 24 mil habitantes. O primeiro Censo Nacional, realizado em 1872, contabilizou 82.131 habitantes, sendo 12.470 moradores registrados na cidade de Vitória. O açúcar se firmava como o principal produto agrícola em quase todas as regiões do Brasil. E, assim como em qualquer outra região dominada pelos engenhos de açúcar, o latifúndio patriarcal, monocultor e escravista marcava a cultura no Estado e era a expressão do pensamento mercantilista português adotado no Brasil (BITTENCOURT, 2001).

Desde sempre muito pouco povoada, a situação piorou com as fundações de Salvador, ao norte, e do Rio de Janeiro, ao sul. O Espírito Santo foi paulatinamente sendo esvaziado. É interessante notar que após a mudança do foco para a industrialização e para os grandes

projetos, a partir da década de 1960, a população do Estado cresceu, superando os 4 milhões de habitantes no início do século XXI.

A estagnação econômica do Espírito Santo se remete ao início da colonização. A resistência dos índios foi considerada um dos primeiros obstáculos enfrentado pelos colonizadores e impediu a fixação dos colonizadores no interior do Estado. A exceção seria a região de Castelo que tinha uma mineração aurífera intermitente. No início do século XIX, o naturalista francês August Saint-Hilaire esteve no Espírito Santo e relatou a existência de engenhos de açúcar e de destilarias nas terras capixabas, além das culturas de subsistência. Segundo Bittencourt (2001), a extração predatória de madeira também existia.

Nem mesmo os jesuítas se arriscaram na interiorização. Considerados os mais fortes “empresários” da capitania, fixaram-se no litoral ou em suas proximidades. Aliás, os jesuítas tiveram papel de grande importância na história do Estado, sendo não só os grandes “empresários”, mas também os responsáveis pela educação. Por meio da catequização, eles eram os responsáveis pela aculturação do índio. Dada a defasagem econômica da capitania, o papel do escravo africano foi minimizado, tornando o índio aculturado a grande massa colonial capixaba<sup>30</sup>.

Através da atividade “evangelizadora”, os jesuítas fundaram e trabalharam em inúmeras fazendas e aldeias. É destas aldeias que se derivaram a maioria dos núcleos das povoações da Capitania. Dos índios catequizados pelos inacianos se obtinha a grande massa

---

<sup>30</sup> O Espírito Santo recebeu negros da África. Mas, segundo um levantamento realizado em 1872, 55,8% dos escravos negros nasceram aqui mesmo no Estado. Os outros teriam vindo da África e de outras regiões do Brasil. Cabe ressaltar que a maior concentração de escravos negros ocorreu no litoral norte, principalmente na região de São Mateus, no sul, na região de Cachoeiro de Itapemirim, e na região central, em Vitória.

de mão-de-obra e se formavam as entradas para o sertão. Em uma destas entradas, na região de Castelo, encontrou-se ouro. Cada vez mais, o poderio dos jesuítas cresceu e se tornou a base econômica e educacional do Espírito Santo. Mesmo com a expulsão dos inacianos, por determinação do Marques de Pombal, os arraiais fundados pelos padres teriam sucumbido aos ataques dos índios em 1771. Os historiadores são unânimes em afirmar que esta expulsão e a extinção da Ordem Jesuítica foi uma das principais responsáveis pela degradação econômica do Espírito Santo. Sem a presença dos padres inacianos, o Estado retrocedeu. Toda base educacional e grande parte da atividade econômica se encontravam nas mãos dos padres da Companhia de Jesus. A consequência foram os grandes prejuízos da agricultura local. Várias aldeias, transformadas em vilas, entraram em decadência e muitas fazendas ficaram abandonadas. (BITTENCOURT, 2001; GAMA FILHO, 2001)

O segundo grande golpe contra o desenvolvimento do Espírito Santo foi o isolamento que o Estado sofreu por determinações da Coroa portuguesa. Com a descoberta de ouro na região das Minas Gerais, a Capitania se tornou nada mais que um baluarte natural de defesa natural das minas. A construção de estradas para o interior e a navegação no Rio Doce foram proibidas. Esta situação perdurou por todo o século XVIII.

No o início do século XIX, o então governador Silva Pontes assinou o “Auto de 1800”, que impediu a expansão de Minas Gerais rumo ao litoral e preservou o território capixaba. Nesta mesma administração, Pontes incentivou a navegação do Rio Doce, procurando aproveitar a mão-de-obra excedente da decadência da mineração nas minas para povoar o interior do Estado (NEVES, 2001; MORAES, 2002). Com uma pequena população, a área destinada ao Espírito Santo não foi ocupada nem mesmo com a assinatura do “Auto de 1800”. Apesar das tentativas, o Rio Doce não se transformou no “Nilo Brasileiro”, como



queria Pontes (MORAES, 2002), por causa das dificuldades de navegação. A ligação de Minas Gerais ao mar só se tornou uma realidade, um século depois, com o início da construção da estrada de ferro Vitória-Minas, em 1904.

Sabe-se que em 1811 o café já era produzido em pequena escala no Espírito Santo. Mas foi só com o avanço da franja cafeeira, deslocando-se do Rio de Janeiro, que a produção se intensificou. Em pouco tempo, no ano de 1852, o café se tornou o principal produto do Espírito Santo. E junto com a melhora da economia, em decorrência da cultura cafeeira, surgiu uma nova personagem: o imigrante. À medida que a produção de café crescia, o número de imigrantes aumentava, e melhorava-se a infra-estrutura para escoamento da produção. Já em 1920, a província se tornou o terceiro maior produtor de café do Brasil. Este produto foi o sustentáculo da máquina administrativa do Estado e fez com que a economia capixaba de fato funcionasse. Mas a monocultura cafeeira, ao mesmo tempo em que fazia a economia girar, causou tal dependência que o Estado, com o “Plano de Erradicação dos Cafezais” promovido pelo governo nos anos 1965/1967, sofreu grande desemprego.

Foi neste período que houve uma mudança no planejamento governamental. O foco tornou-se o desenvolvimento industrial e, a partir da implantação dos grandes projetos, com ênfase na siderurgia e na celulose, a economia do Estado voltou a crescer. O café ainda é considerado muito importante e a cafeicultura a base econômica de muitos municípios (BITTENCOURT *apud* MORAES, 2002: 224-225).

O imigrante desempenhou importante papel na economia do Estado. Seja substituindo a mão-de-obra do negro africano, seja implantando núcleos coloniais com pequenos

proprietários, os italianos foram predominantes nesse processo. Já em 1890 os imigrantes italianos correspondiam a 33% da população capixaba<sup>31</sup>. É indiscutível que o imigrante italiano foi fundamental para o crescimento da economia cafeeira local. E o café ligou o Estado à economia tropical de exportação, que foi a principal fonte de divisas do país no período e colocou o Espírito Santo em contato com a modernização material do século XIX.

No governo de Francisco Alberto Rubim (1812-1819), iniciou-se um processo que visava incrementar as colônias agrícolas do Estado. Foi no governo de Rubim que os primeiros colonos açorianos chegaram em terras capixabas. Foi também no governo dele que ocorreu a ligação decisiva entre Minas Gerais e Espírito Santo. Através da “Estrada do Rubim”, tanto os mineiros, quanto os fluminenses, ao sul, e os baianos, ao norte, buscaram terras para plantar ou refúgio nas florestas ainda virgens. A esses migrantes brasileiros se juntaram os imigrantes não-lusitanos. Destacam-se, além dos italianos, os prussianos, os pomeranos, os suíços, os poloneses, os holandeses, os belgas, os tirolezes, os luxemburgueses e os libaneses.

Para Bittencourt (2001: 74-75), a identidade capixaba moderna não pode ser pensada somente como a importante contribuição dos imigrantes europeus e de seus descendentes. Para ele, não se pode esquecer a contribuição africana. A estes elementos, devem-se juntar, ainda, os migrantes das mais diversas regiões. A identidade capixaba, a partir desta conjuntura histórico-político-social, além dos elementos étnicos, foi marcada pela ansiedade da exploração do território e pela necessidade de transformação do Estado em pólo exportador e industrial, fazendo frente ao subdesenvolvimento.

---

<sup>31</sup> Naquele ano, o Espírito Santo registrava 135.998 habitantes.

É importante notar que vários elementos compõem o contexto histórico e social capixaba. Como fica claro, o Espírito Santo sofreu profundo subdesenvolvimento e isolamento ao longo de toda a sua história, além de ter tido alguns reveses nas bases econômicas e sociais em que se sustentava. Foi continuamente um Estado cercado por outros Estados mais fortes politicamente, economicamente e culturalmente. Mas, como em todas as outras Federações da União, o Espírito Santo passou por ciclos de desenvolvimento, sofreu com a queda do preço do café e se industrializou tardiamente. Sua economia foi marcada pela monocultura e pelo desenvolvimento industrial, incentivado e apoiado pelo Estado como a implantação da Companhia Siderúrgica de Tubarão (CST).

Como em outras regiões, o imigrante europeu cumpriu papel importante na sociedade. Bittencourt afirma que o Espírito Santo e o Sul do Brasil foram as únicas regiões em que os sistemas de “núcleos coloniais” funcionaram melhor. Ao contrário do que aconteceu em São Paulo, onde os imigrantes substituíram a mão-de-obra escrava como assalariados, no Espírito Santo houve predominância das pequenas propriedades familiares. Se na formação do povo brasileiro há a presença do negro, do branco e do índio, o mesmo aconteceu na formação do povo capixaba.

## ***4.2 Origem e memória***

Além de todo o contexto histórico e social citado na seção anterior, outro aspecto relevante com o qual se pode relacionar a questão da identidade cultural do capixaba é a cultura da memória. A emergência da memória como uma das preocupações culturais e políticas centrais das sociedades ocidentais é um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes nos últimos anos. Como uma das suas principais características destaca-se a

volta ao passado, que contrasta com o privilégio dado ao futuro. São os “passados presentes” se contrapondo aos “futuros presentes” (HUYSEN, 2000: 9).

De acordo com Huyssen (2000, 12-13), a globalização da memória funciona em dois sentidos relacionados que ilustram o paradoxo da globalização. No exemplo tomado pelo autor, no caso o Holocausto, de um lado, ele se transformou numa cifra para o século XX como um todo e para a falência do projeto iluminista. É a prova da incapacidade da civilização ocidental de praticar a anamnese, de refletir sobre sua inabilidade constitutiva, para viver em paz com as diferenças e as alteridades e de tirar as consequências proveniente das relações insidiosas entre a modernidade iluminista, a opressão racial e a violência organizada.

De outro lado, o discurso mais totalizante do discurso do Holocausto é acompanhado por uma dimensão que particulariza e localiza. É a emergência do Holocausto como figura de linguagem, que permite à memória entender as situações locais específicas. Nesse movimento transnacional, o Holocausto perde sua qualidade de índice do evento histórico original e funciona como metáfora para outras histórias e memórias.

Há também as tramas secundárias que constroem a memória narrativa. Ao lado da cultura da memória há uma vasta literatura psicanalítica sobre o trauma, a controvérsia sobre a síndrome da memória recuperada, os trabalhos de história ou temas atuais, as controvérsias públicas sobre efemeridades politicamente dolorosas, comemorações e memoriais, etc. É o mundo sendo transformado num grande museu. É a comercialização da memória.

A disseminação da cultura da memória é tão ampla quanto variada. O real pode ser mitologizado tanto quanto o mítico pode engendrar fortes efeitos de realidade. A memória se

tornou uma obsessão cultural. Isso também está relacionado com uma síndrome do esquecimento. Critica-se a mídia como responsável pela amnésia, apatia, embotamento e perda de consciência histórica. O fato é que essa própria mídia é hoje a maior responsável pela disponibilização da memória. Mas, em contrapartida, muitas dessas memórias comercializadas em massa são “memórias imaginadas”, e portanto, mais esquecíveis que as memórias vividas.

Para Huyssen (2000: 18-19), as próprias estruturas da memória pública mediatizado ajudam a compreender que, a nossa cultura, obcecada com a memória, está também de alguma maneira tomada pelo medo do esquecimento. Como relembra, citando Freud, a “memória e o esquecimento estão indissolúvel e mutuamente ligados; que a memória é apenas uma forma de esquecimento e que o esquecimento é uma forma de memória escondida”.

É neste contexto que cresce o interesse pela identidade capixaba. Para um Estado que viveu isolado e esquecido, a construção de sua memória é uma fuga e uma afirmação. A eleição de símbolos é uma forma de marcar a diferença. Se, de um lado, conceitos da modernidade, que fundaram o Estado moderno e no qual se basearam as concepções modernas de identidade, entram em crise, nem por isso o interesse pela busca das raízes chegou ao fim. No momento em que a desterritorialização do mundo é forte, a reterritorialização é a fórmula para se atar novos laços a uma nova história, relações e identidades, agora não mais baseados aos laços biológicos, religiosos ou consangüíneos. É uma forma para construir uma idéia de nação, de conjunto e de unidade (REIS, 2002: 56-57). A busca pela identidade regional faz com que se procure na história a singularidade e a diferença para constituir-se frente ao outro e lutar contra a indiferenciação. No caso específico do capixaba, a indiferença do outro é marcante. Deve ser por isso que o projeto que marca a

singularidade do capixaba se caracterize pelo envolvimento do poder público, dos artistas e dos intelectuais na constituição de uma identidade capixaba.

A mídia destaca-se neste esforço. Como um território de identidades (FACCIN, 2002) ou de “cartório que mais fé pública agrega na sociedade contemporânea” (REIS, 2002: 58), a mídia aparece como espaço em que “um arremedo do trabalho arqueológico-filosófico” se desenrola, repercutindo nela o que “é produzido entre os que se dedicam à busca dos signos de uma identidade regional e também onde se desvelam outros possíveis laços identitários que concorrem com este esforço” (REIS, 2002: 58).

Nos anos recentes, o sentimento de pertencimento e a construção de uma auto-imagem do coletivo são realimentados pelos grupos sociais, que buscam enfatizar o conhecido como forma de marcar a diferença. Como afirmado no primeiro capítulo, a regionalização não é incompatível com a globalização. Com a degradação dos projetos nacionais, a experiência do regional se fortalece e os discursos em torno do lugar e a valorização deste como elemento de integração com o mundo ganham força (REIS, 2002). Para o sucesso deste projeto, todos os instrumentos, sejam eles conceituais, sejam tecnológicos, são utilizados como lugar privilegiado, principalmente a mídia.

O apego aos símbolos e aos signos construídos e imaginados é a garantia da visibilidade e da singularidade que podem ser identificadas com um lugar preciso no mundo. Na busca da individualidade, o passado torna-se presente. Se a consolidação das identidades envolve, em um momento, o estabelecimento de mitos e heróis, no Espírito Santo não foi diferente. Uma das personagens mais importantes que se destacam na história do Brasil é o capixaba Domingos José Martins, “Herói da Revolução Pernambucana de 1817”. Outra figura ligada ao Espírito Santo é o padre José de Anchieta. (NEVES, 2001: 82-83). Assim, as

formas, falas, personagens, sons vão constituir o *arché*, que cumpre a tarefa de testemunhar as origens mais primárias e vai simbolizar a imagem da diferença com o outro. (REIS, 2002: 59)

Dos símbolos existentes, dois se destacam: a panela de barro e o congo. Num Estado em que a imigração possui característica forte, esses dois elementos são tomados como símbolos de uma cultura, a partir da construção de uma memória imaginada que possa ser tomada como comum a todos os povos que deram origem ao capixaba, apesar de parte substancial da população capixaba ter origem nos imigrantes europeus e estes elementos originarem-se de uma cultura indígena e afro-brasileira.

Interessante a análise de Reis (2002: 60-65) sobre o papel cumprido pela panela e pelo congo como elementos que marcam a singularidade. O capixaba elegeu a panela de barro<sup>32</sup> como um de seus mais representativos objetos. Segundo a autora, comportamentos como este podem ser descritos pela antropologia nos mais diversos povos. A panela, assim como os totens, são objetos que se transformam em modos de expressão e em desejo de significar algo diante do outro. A panela se transforma em símbolo da diferença, ultrapassando a função instrumental e se tornando algo provido de significação. Numa outra esfera simbólica,, estritamente artística, o congo também se coloca como diferença. De um lado, a panela, herança do índio. Do outro, o gênero musical, herança do escravo negro.

Nestas duas manifestações se vê a fundação, cujo nascimento foi deliberadamente escolhido. Num primeiro momento, a interseção do mundo pré-cabralino sul-americano com o

---

<sup>32</sup> O exótico, a diversidade é parâmetro de consumo. O que diferencia as panelas de barro produzidas no Espírito Santo de outras panelas de barro produzidas em outras regiões do Brasil é mais o modo de fazer do que a própria panela em si. Busca-se justamente na recuperação de uma técnica, passada de geração para geração, como a justificativa de diferenciação e legitimação de uma técnica, de um produto. Uma técnica que não se pode esquecer sob o risco de se perder aquilo que é considerado um dos símbolos da cultura capixaba.

mundo europeu. Como o colonizador sabe que a diferença marca a identidade, é nesta interseção que ele se apega à herança indígena, como elemento da sua singularidade. Num segundo momento, ocorre a interseção do mundo branco com a cultura negra. O resultado destas interseções já se sabe: “o que já foi europeu brande como seus símbolos identitários os instrumentos e bens simbólicos da cultura dominada...” (REIS, 2002: 64). O fato é que a cultura européia se coloca hegemônica, dominando os dispositivos de produção da memória e guiando todo o processo de construção da narrativa do capixaba e de organização do mundo.

Nestas duas últimas seções se traçou um pequeno panorama para contextualizar a conjuntura em que se busca construir a identidade do capixaba. Na próxima seção, o interesse recai em traçar um panorama histórico sobre imprensa no Espírito Santo e a atual situação do dois principais jornais do Estado.

### **4.3 A imprensa no contexto capixaba<sup>33</sup>**

#### **4.3.1 O nascimento**

A implantação da imprensa no Espírito Santo seguiu o mesmo caminho que o desenvolvimento da província. A primeira tipografia chegou às terras capixabas com um atraso de três décadas após a criação da Imprensa Régia e da Gazeta do Rio de Janeiro, embora já circulassem pasquins manuscritos que se relacionavam com o movimento pela independência. A imprensa já estava presente em núcleos urbanos mais distante do Rio, como

---

<sup>33</sup> Há uma dificuldade em se estudar a história da imprensa no Espírito Santo. Desde a publicação dos artigos “A imprensa no Espírito Santo”, na Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, de autoria de Amâncio Filho<sup>33</sup>, nenhum trabalho de maior relevância foi produzido. O trabalho de Amâncio Filho foi publicado em quadro números da Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, nos números 3, 4, 5 e 7, datados de 1922, 1924, 1925 e 1927 respectivamente. De acordo com o historiador Gabriel Bittencourt (1998), é urgente a necessidade de estudos monográficos relacionado a publicação periódica do Espírito Santo, como o produzido por Amâncio Filho.



algumas províncias do nordeste brasileiro e no sul do Brasil<sup>34</sup>. Este atraso está diretamente ligado à defasagem econômica da província que impossibilitou a existência de impressão de quaisquer textos no local. (BITTENCOURT, 1998; PESSALI, 1984)

Uma das principais características da nascente imprensa capixaba foi a vida curta, a periodicidade irregular, a falta de organização empresarial, certa atividade literária e, em muitos casos, a ligação com o governo. O trabalho jornalístico também se diferenciava das outras províncias. Enquanto nas outras regiões do país os jornalistas já debatiam temas abolicionistas e republicanos, os jornais de Vitória ainda se dividiram entre o absolutismo do Primeiro Império e o liberalismo da Regência. Esta fase só foi superada um pouco antes da Guerra do Paraguai, quando o Império se viu diante de uma crise em que a alternância de poder entre os partidos Conservador e Liberal não foi capaz de superar. Os jornais protagonistas desta polêmica partidária, foram “O Monarchista”, dos conservadores, e o “Jornal da Victória”, dos liberais. (PESSALI, 1984)

O marco da imprensa capixaba foi o jornal “O Estafeta”, fundado 1840, mas que só circulou em 1841. Este jornal é considerado o precursor do “Diário Oficial”. Nasceu ligado ao governo provincial do presidente João Lopes da Silva Coito, por um contrato de dez anos. Fundado pelo Alferes Ayres Vieira de Albuquerque Tovar, em 15 de setembro daquele ano, teve vida curta, apesar de desfrutar do monopólio e amparo do governo. Circulou apenas um número, do qual não restou nenhum exemplar e nem se sabe da data de sua circulação. Sabe-

---

<sup>34</sup> Em ordem cronológica, a imprensa surgiu no Rio de Janeiro (1808), Bahia (1811), Pernambuco, Maranhão, Pará e Minas Gerais (1821), Ceará (1824), São Paulo e Rio Grande do Sul (1827), Goiás (1830), Santa Catarina e Alagoas (1831), Rio Grande do Norte, Piauí e Sergipe (1832), Espírito Santo e Mato Grosso (1840), Paraná (1849) e Amazonas (1852). (Pessali, 1984)

se apenas que apresentava impressão de péssima qualidade. A já defasada imprensa capixaba sofreu ainda mais este atraso.

Com a morte do Alferes em 1841, a tipografia permaneceu fechada até 1848, quando foi vendida para Pedro Antônio de Azeredo que publicou, no ano seguinte, o “Correio de Victória”. Assim como “O Estafeta”, o “Correio de Victória” nasceu sob égide do governo provincial. Estes dois primeiros jornais já indicavam o princípio que a imprensa deveria seguir, que era dar publicidade aos atos do poder público. Isso não é de estranhar, pois se sabe que a imprensa era considerada uma concessão do poder público.

No dia 17 de janeiro de 1849 circulava o primeiro número do “Correio de Victória”. Nasceu sob censura, tendo como primeiro leitor o coronel José Francisco de Andrade Almeida Monjardim, que permitiu a circulação sem restrição. Três meses após a circulação do primeiro número, o proprietário firmou contrato com a Assembléia Provincial para publicação dos atos do Legislativo.

Neste mesmo ano, o jornal publicou um editorial criticando atos do poder legislativo, fazendo com que a Assembléia solicitasse a apreensão da edição de número 17. O editor descumpriu a ordem, menos por convicção política e mais por impossibilidade operacional de se recolher os exemplares que já se encontravam em circulação. (REIS, 2002: 140) Porém, pouco tempo depois, o jornal foi forçado a publicar uma nota avisando que não aceitaria comunicados, artigos ou correspondências que pudessem gerar polêmicas desnecessárias. (PESSALI, 1984).

Cedo o jornal conheceu a força dos financiadores. A Assembléia nunca destinou dinheiro suficiente para o cumprimento do contrato, que foi considerado desfeito em 1852.

Após este ato, o “Correio de Victória”, em um editorial intitulado “Nossa missão na Imprensa”, proclamava sua independência em relação ao poder público. Porém, o custo para se manter o jornal forçou seu proprietário a renovar o contrato com o governo. Essas renovações se sucederam até o desaparecimento do jornal em 1873, devido uma cisão no Partido Conservador, que tinha o jornal como um porta-voz oficioso.

A imprensa política na Província só se implantou, de fato, a partir de 1956, com o surgimento de “O Capixaba”. O “Correio de Victoria” tinha uma maior influência do jornalismo literário, desde de 1852. Neste período, cada corrente política necessitava de um veículo de expressão, o que resultou no surgimento de diversos títulos, quase sempre alegóricos, como o “Aurora”, o “Indagador”, o “Marimbondo” e o “Pica-Páo”.

#### **4.3.2 A interiorização**

O processo de interiorização da imprensa, que se iniciou em São Paulo, em 1858, só viria a chegar no Espírito Santo no ano de 1866, com a publicação de “O Itabira”<sup>35</sup>, em Cachoeiro de Itapemirim. O surgimento da imprensa interiorana, a partir de Cachoeiro de Itapemirim, é explicado pelo dinamismo econômico que o café produzia. Em seguida surgiram jornais em Anchieta, Vila do Itapemirim, Iconha, Afonso Cláudio, Alegre, Santa Leopoldina, São Pedro de Itabapoana, São Mateus e Castelo. Constata-se que a maioria das iniciativas para estas e outras publicações partiu de liberais e, depois, de republicanos, visando aglutinar forças políticas e difundir seu ideário entre a pequena oligarquia conservadora, em um interior fortemente marcado pela presença do imigrante europeu (PESSALI, 1984).

---

<sup>35</sup> “O Itabira”, em decorrência da linguagem violenta, mudou de nome para “O Estandarte”, mas a tipografia e os proprietários eram os mesmos.

Fundado em 1877, “O Cachoeirano” se tornou a maior fonte de expressão da imprensa no sul da Província. Embora seu editor tenha declarado imparcialidade política, logo em seguida, a partir de 1881, o jornal se tornou abolicionista e republicano. Com a proclamação da República ele se transformou em um órgão comprometido com o novo regime. (BITTENCOURT, 1998). Neste período, a imprensa interiorana passou por uma nova expansão, e atravessou, pela primeira vez, o rio Doce, com a publicação *O Norte do Espírito Santo*, em 1891, na cidade de São Mateus. Este periódico fazia oposição ao Governo Estadual e seu redator, Graciano dos Santos Neves, posteriormente se tornou o presidente da Província. Para evitar a censura, os proprietários de “O Norte do Espírito Santo” preferiram deixar de circular o jornal. A censura também esteve presente no “Commercio do Espírito Santo”, que sofreu repressão direta da polícia em 1892.

Com a chegada dos imigrantes europeus, começaram a surgir periódicos impressos em língua estrangeira e jornais ligados aos operários. “L’immigrato” foi o primeiro e procurava dar aos imigrantes italianos uma visão mais real das dificuldades que iriam enfrentar no Brasil. “O Artista” foi o primeiro semanário operário, seguido de “O Operário”. Ambos buscavam defender os interesses dos trabalhadores. Dois anos depois surge “O Pharol”, órgão semanal do Partido Operário Estadual. No final do século, surgiram diversos outros semanários de literatura, crítica, humor e o primeiro órgão de imprensa religioso, o “Conservador Catholico”, proveniente da Vila de Itapemirim.

#### **4.3.3 A maturidade**

A imprensa capixaba cresceu e, até o ano de 1926, Amâncio Pereira contabilizou 484 títulos de jornais e revistas. Bittencourt (1998) destaca que não há precisão neste número, mas indica uma quantidade de títulos expressiva para uma imprensa que surgiu tardiamente. É

importante destacar que a imprensa capixaba, com exceção dos boletins municipais, de clubes e de entidades recreativas e literárias, caracterizou-se por órgãos políticos-partidários criados, em alguns casos, com interesses de lançar e derrubar candidaturas.

A partir da década de 1920, começam a surgir os mais importantes periódicos do Estado. Em abril de 1923 foi publicado o primeiro número de “Vida Capichaba”, revista quinzenal de ilustrações, literatura e “mundanismo”, considerada uma das publicações mais influentes da sociedade espírito-santense até então. Em 1926, iniciou-se a publicação do “Jornal do Commercio”, voltado para os interesses dos grupos conservadores do Estado. De todos os jornais publicados na década de 1920, apenas o “Diário da Manhã”, órgão oficial do governo, teve vida regular.

Os dois principais jornais da atualidade, “A Gazeta” e “A Tribuna” surgiram, respectivamente, em 1928 e 1938. Fundado por Luiz Adolpho Thiers Veloso, “A Gazeta” serviu inicialmente à divulgação de ofertas imobiliárias da Empresa Cambury, que na época loteava a praia de mesmo nome. Aos poucos, A Gazeta passou a ser um porta-voz da oposição, principalmente da Aliança Liberal. Com a vitória da revolução de 1930, o jornal se tornou um órgão oficioso do Governo Revolucionário e, posteriormente, do interventor do Estado.

Durante os anos 30 A Gazeta foi se tornando propriedade do seu empregado Armênio Clóvis Jouvin que, sendo simpatizante dos nazistas, teve que fugir do Espírito Santo por causa da posição do Brasil, ao lado dos Aliados na 2ª Guerra Mundial. Data deste período a rivalidade entre os dois principais jornais do Estado. Fazendo oposição à Alemanha nazista desde o início, A Tribuna ganhou prestígio, enquanto A Gazeta o perdia. Desde o início, A

Tribuna se revelou um jornal popular, com manchetes fortes, muitas fotos, farta cobertura esportiva e com espaço gratuito para que os desempregados pudessem oferecer seus serviços.

De jornal ligado à UDN, no final da década de 1930, quando A Gazeta foi vendida para Carlos Lindenberg se tornou porta-voz do PSD. Lindenberg já havia sido deputado federal duas vezes e governador do Estado uma vez. Apesar de seu filho, Carlos Lindenberg Filho, afirmar que A Gazeta foi um dos poucos jornais brasileiros que não foram fundados para fazer política, Lindenberg, após a aquisição de A Gazeta, foi eleito por duas vezes senador e por mais um mandato governador. Ao se tornar sociedade anônima, A Gazeta saiu da órbita do PSD e se firmou como o maior grupo de mídia do Estado, englobando TVs, rádios, jornais e conteúdo de Internet. É afiliada da Rede Globo no Espírito Santo e teve o capital aberto nos anos 1990.

Apesar da popularidade, estabilidade administrativa não foi o forte de A Tribuna. O jornal passou pela mão de vários grupos, representando os interesses do Partido de Representação Popular, do partido Republicano, do partido Social Progressista e de diversas coligações. Durante muitos anos esteve sob o poder do político paulista Adhemar de Barros. Hoje é parte do grupo do empresário pernambucano João Santos. A Rede Tribuna, como a sua concorrente, também possui um canal de TV, rádio e jornal.

A concorrência entre estes dois jornais foi eventualmente quebrada com a participação de um terceiro, o Diário, fundado em 1955 e extinto no final dos anos 1970. Do ponto de vista dos métodos do jornalismo, foi com O Diário que a imprensa local passou a ser confrontada com as novas técnicas de produção e de apuração e com uma nova ética profissional. Sobretudo, foi considerado por muitos profissionais da imprensa contemporânea do Estado uma “verdadeira escola de jornalismo”, pela experiência trazida dos jornalistas que

atuaram em outras empresas de comunicação do Brasil e da Europa. Esta transformação no jornalismo capixaba na década de 1970, sob influência de O Diário, juntamente com o surgimento do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, em 1975, e com a fundação do Sindicato dos Jornalistas, em 1979, demonstra que a mudança era uma necessidade.

O Diário também surgiu com objetivos políticos. Em 1955 já se firmava como principal veículo de oposição ao governador Carlos Lindenberg, proprietário de A Gazeta, defendendo as posições de Francisco Lacerda Aguiar, o Chiquinho, que se tornou governador por duas vezes. A importância deste periódico para o Espírito Santo foi além das transformações nas técnicas de produção. A imprensa capixaba foi incluída no mapa do Brasil quando, pela primeira vez, um grupo de Esquadrão da Morte foi julgado em virtude das reportagens apuradas pela equipe do Diário.

A Gazeta e A Tribuna são, hoje, os dois principais jornais do Estado e os mais antigos em circulação. Se desconsiderarmos alguns períodos em que A Tribuna deixou de circular e a concorrência de O Diário, a rivalidade entre os dois jornais é antiga. Nesta concorrência, A Gazeta sempre esteve na liderança. Na tese de doutoramento, Giovandro Marcus Ferreira (1997) estudou o *contrato de leitura* e o contrato institucional dos jornais A Gazeta e A Tribuna, entre 1988 e 1993. Através deste dois níveis de análise, Ferreira detectou pontos fortes, fracos e ambíguos nos contratos deste dois jornais.

Verificou-se que num planejamento geral A Gazeta soube articular melhor suas estratégias e estruturas institucionais e discursivas, o que justificava a sua liderança em vendas no Estado. Ferreira percebeu que no plano institucional, A Gazeta investiu na modernização da produção e na distribuição do jornal, abrangendo todos os municípios do

Espírito Santo e cada vez mais cedo. No período estudado, A Tribuna praticamente só circulava na região metropolitana da Grande Vitória e nas principais cidades do interior.

Vislumbrando o marketing em longo prazo, a Rede Gazeta investiu e investe em encontros que mobilizam as lideranças estaduais. Seu auditório se tornou um dos principais locais de discussão sobre o futuro do Estado. O jornal elabora, ainda, cadernos especiais que vão ao encontro da política regionalista da rede. Ferreira concluiu que A Gazeta se tornou um “auditório” físico e discursivo para as elites locais.

Observou-se que, para “A Tribuna”, a evolução do contrato de comunicação foi marcada por conturbações. Institucionalmente, este grupo atuou de forma tímida, e era evidente a ausência de estratégias e de estruturas por parte desta rede de comunicação junto aos leitores e não leitores. O grupo A Tribuna não ostentava uma presença pública. Além do mais, as estratégias e estruturas discursivas deste jornal demonstravam a sua visão difusa dos leitores. Em suas páginas, não existia uma coerência entre as diversas estratégias discursivas.

A Tribuna tinha dificuldades para concorrer com A Gazeta, devido às falhas no contrato que estabelecia com os leitores. De um lado, não soube se inserir no novo espaço público, com estratégias e estruturas institucionais. De outro, sua estratégia discursiva era confusa.

Porém, nos últimos anos a situação começou a se inverter. Houve uma queda nas vendas de A Gazeta e um crescimento de A Tribuna, este último grupo assumindo a liderança. De acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), de julho de 2003, A Tribuna mantinha uma média de 35 mil exemplares de segunda à sexta-feira, 43 mil aos



sábados e 50 mil aos domingos. Enquanto isso, A Gazeta vendia 23 mil exemplares de segunda à sexta, 31 mil aos sábados e 49 mil aos domingos.

Embora A Gazeta seja uma marca institucionalmente mais forte, as vendas indicam que, nos últimos anos, tem havido uma reformulação do contrato de comunicação deste dois jornais. O relato desta situação é apenas ilustrativo, já que não é o objetivo desta pesquisa. Na próxima seção, verificar-se-á o papel que a mídia impressa desempenhou e ainda desempenha no contexto do Espírito Santo.

#### **4.3.4 O papel do jornal**

Na nascente imprensa capixaba, as artimanhas da linguagem da atualidade ainda não estavam presentes, embora conceitos como imparcialidade já davam sinais de vida. Em 1898, um jornal intitulado O Imparcial, e mais uma dezena de títulos que se comprometiam a tal desafio em seus projetos editoriais, já estavam presentes (REIS, 2002: 154-155). A narrativa do moderno jornalismo ainda não existia, muito menos as preocupações estéticas. Não havia preocupação com as divisões gráficas das seções, que eram irreconhecíveis para os padrões atuais.

Desde o Correio de Victória, muitas publicações apareceram, quase sempre predominando as depositárias de manifestações políticas, econômicas e culturais. As publicações dedicadas especificamente à cultura e a interesses étnicos eram menos numerosas, como o exemplo de L’immigrato.

A disputa entre os grupos políticos, principalmente entre os conservadores, defensores da monarquia, e os liberais republicanos, assim como as divergências internas destes grupos eram traduzidas nas diversas publicações. Destas, a supremacia encontrava-se nos que

apoiavam o movimento republicano, cuja maior representação foi o jornal *Província do Espírito Santo*, fundado em março de 1882. Ele foi rebatizado por um ano, a partir de 1889, como *Diário do Espírito Santo*, e finalmente *O Estado do Espírito Santo*. De seus fundadores e principais redatores saíram importantes figuras e um governador. A influência destas personagens no Espírito Santo foi tão importante que deixou como herança nomes de ruas, municípios e de prédios públicos.

Em 1908, Jerônimo Monteiro assumiu o governo do Estado. A ele se atribui o mérito do momento de grande valorização da cultura capixaba. Coronel da República Velha, ele se preocupou em dar visibilidade aos símbolos oficiais instituindo o selo, o hino e as armas do Espírito Santo. Assumiu um Estado que, embora possuísse suas particularidades, também tinha aspirações em se constituir como um Estado moderno. O separatismo pré-independência já havia sido substituído pelos ideais de modernização e pelos projetos de nacionalidade pós-Proclamação da República. (REIS: 2002; GAMA FILHO: 2001)

Os jornais acompanharam de perto este processo e se tornaram verdadeiros protagonistas, já que tinham importância na formação de opinião e na construção da legitimidade dos projetos que se encontravam em debate (REIS: 2002). Os jornais atuaram ativamente no movimento republicano e na sua legitimação. Ao mesmo tempo em que se firmava como órgão legitimador, a imprensa teve que se moldar às mudanças tecnológicas, políticas e culturais. Cada vez mais a imprensa se tornou um novo espaço de visibilidade, de debate e de expressão. Como toda imprensa nacional, a capixaba também seguiu este percurso.

Com as novas tecnologias, as novas formas de tratar a informação e as novas relações de poder fizeram com que as diversas publicações, existentes até então, fossem sucumbindo,

uma a uma, provocando uma diminuição no número de jornais, que se restringiram a dois grandes e de circulação estadual<sup>36</sup>.

Sabe-se que a trajetória da imprensa capixaba não difere da trajetória da imprensa no Brasil e no mundo, guardando as devidas proporções e o atraso inicial. Como nas outras regiões, ela se instituiu dentro dos valores modernos, com projetos que tem a racionalidade, a universalidade, a objetividade e a imparcialidade como parâmetros<sup>37</sup>. Nascida diretamente ligada ao Estado, dentro de um modelo liberal, a imprensa se colocou na defesa dos valores que lhe deram origem. Independente dos limites regionais, a imprensa legitima os projetos hegemônicos. Foi assim com o movimento republicano, com o *Golpe de 1964*, com o movimento *Diretas Já*, e é assim na defesa do neoliberalismo.

Como espaço público no qual se debate e se constrói as delimitações de uma identidade capixaba, a mídia, em geral, e o jornal, especificamente, colocam-se como espaços privilegiados neste projeto. Como visto no capítulo um, o dispositivo jornalístico pode ser visto como um “território de identidades”, na medida em que marca a forma de olhar simbolicamente uma identidade social. No próximo capítulo, procurar-se-á mostrar, a partir da análise de um *corpus* definido, como, discursivamente, os jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* constroem a identidade capixaba.

---

<sup>36</sup> Além de *A Gazeta* e *A Tribuna*, há ainda o jornal *Notícia Agora*, também pertencente à *Rede Gazeta*.

<sup>37</sup> Claro que se devem fazer as devidas ressalvas aos conceitos de imparcialidade e de objetividade.

## 5 ANÁLISE DO *CORPUS*

O objetivo deste capítulo é procurar descrever como os jornais capixabas demarcam a identidade regional em seus dispositivos de produção de sentido e instauram uma narrativa sobre esta identidade. A análise é realizada com base no levantamento do *corpus* através da recuperação das operações enunciativas das matérias jornalísticas deixadas na superfície das diferentes editorias dos jornais capixabas. Assim, espera-se verificar como a identidade regional capixaba toma forma nos jornais em seu âmbito discursivo, uma vez que estes demarcam certas regras de funcionamento da sua representação social. Embora seja importante a descrição das narrativas discursivas acerca da identidade capixaba, o enfoque que mais chama a atenção é como esta discussão passa a tomar forma nos jornais do Espírito Santo e passa a marcar uma determinada forma de olhar a identidade regional, sempre diante a um contexto mais amplo, um contexto nacional.

Com base no que se viu no terceiro capítulo desta dissertação, sabe-se que a produção jornalística não é apenas o registro sobre o cotidiano. Há anos os estudos e pesquisas sobre o jornalismo não consideram a notícia um *espelho da realidade* ou uma *caixa de ressonância*. Essa é uma concepção tradicional de notícia. Este ponto de vista defende a objetividade como um elemento-chave da atividade jornalística. Assim, o máximo que os defensores dessa idéia admitem é a possibilidade de que as notícias refletiriam o ponto de vista do jornalista. As concepções mais novas da notícia, como as defendidas por Gaye Tuchman consideram que a notícia ajuda a constituir a realidade como um fenômeno social compartilhado, uma vez que ela define e dá forma ao acontecimento no processo de defini-lo, estando a notícia definindo e redefinindo permanentemente os fenômenos sociais (VIZEU: 2001b).

A escolha da amostragem do *corpus* envolve os dois principais jornais capixabas publicados no período de um ano, entre outubro de 2002 e setembro de 2003, mês este em que *A Gazeta* e *A Tribuna* completam respectivamente 75 anos e 65 anos. Estes são os dois mais antigos, maiores e mais importantes jornais do Espírito Santo. O grupo Rede Gazeta de Comunicações, proprietário de *A Gazeta*, possui ainda mais um jornal, *Notícia Agora*. Decidiu-se deixá-lo de fora da amostra deste *corpus* principalmente pela dificuldade de encontrar o material para pesquisa. O único arquivo deste jornal é mantido pela própria *Rede Gazeta*, não sendo mantido exemplares nem no *Arquivo Público Estadual* e nem na *Biblioteca Estadual*, ou em qualquer outra biblioteca<sup>38</sup>.

O levantamento da amostragem foi feito em mais de 700 edições de jornais, dos quais se podem extrair os textos em que se pudessem observar as marcas de constituição de uma identidade regional. Deste conjunto, apenas alguns exemplos estarão presentes neste capítulo. Porém, tomou-se o cuidado de selecionar aqueles textos que fossem mais representativos das narrativas que foram encontradas e analisadas nos jornais no período estudado. Procurou-se recuperar as operações enunciativas das matérias jornalísticas informativas e interpretativas deixadas nas superfícies das diversas editorias destes dois jornais capixabas. Desta forma, espera-se que nos exemplos aqui selecionados possuam as marcas discursivas em sua superfície textual, marcas estas que estão presentes e se repetem no *corpus* selecionado.

Ao falar em jornal capixaba, fala-se ao que se denomina jornalismo de referência da opinião pública e que alguns autores preferem chamar de jornalismo dominante (FACCIN:

---

<sup>38</sup> O *Notícia Agora*, que possuía uma sala própria na sede da Rede Gazeta, teve a sua redação unificada com *A Gazeta* e seu quadro de jornalistas reduzido.

2002). Neste sentido, hoje só se poderia falar que apenas estes três jornais citados acima fazem parte do universo do jornalismo de referência no Espírito Santo.

Como o objetivo principal desta dissertação é a identidade regional capixaba, outros pontos também interessantes para análise foram deixados de lado, ou não foram aprofundados por fugirem do tema central deste trabalho. Este é o caso da análise do *contrato de leitura* entre os jornais e seus leitores. Análise como esta foi realizada na tese de doutoramento de Giovandro Marcus Ferreira (1997). A tese de Ferreira analisou o *contrato de leitura* dos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* entre os anos de 1988 e 1993, que corresponde a um momento diferente daquele vivido hoje. Como se viu brevemente no terceiro capítulo, nos últimos anos parece haver uma mudança no *contrato de leitura* fazendo com que o jornal do Grupo João Santos assumisse a liderança enquanto o jornal da família Lindenberg foi perdendo seus leitores.

Para efeitos desta dissertação, definiu-se a identidade regional em termos de prática discursiva. Desta forma, o entendimento da identidade regional como memória de um grupo social constituído coletivamente em relação com o outro em um território definido, as defesas dos interesses locais e regionais, as imagens e representações construídas pelo e sobre o grupo social e seu vínculo com o respectivo território, além do culto às tradições seriam alguns dos caminhos que permitem entender a identidade como uma realidade construída simbolicamente e vivida discursivamente. Nesse sentido, Faccin (2002) considera que se deve entender a identidade regional como um fruto das disputas de sentido, travadas pelas diferentes práticas discursivas que um determinado grupo social mantém nas suas relações sociais cotidianas, por intermédio das diferentes instâncias mediadoras e disponíveis em enunciações particulares. Esta compreensão da identidade regional é adotada aqui.

Como foi visto no *Capítulo 4*, o Espírito Santo foi marcado pelo isolamento e subdesenvolvimento. Esta situação começou a se reverter a partir dos anos 1960 com o início dos grandes projetos industriais e o fortalecimento do comércio exterior. Esta relação com outros países aumentou progressivamente e acompanhou o fenômeno da globalização. Ao mesmo tempo em que o Espírito Santo começa a marcar presença no contexto nacional, as transformações ocorridas no mundo após a queda do Muro de Berlim e a evolução das tecnologias da comunicação e da informação trouxeram o debate das identidades de novo ao primeiro plano. Este fenômeno também pode ser observado no Espírito Santo. Foi justamente neste período que as discussões acerca da identidade capixaba cresceu. Com base no que foi descrito acerca do contexto político-sócio-cultural do Espírito Santo, no capítulo anterior, pode-se distinguir ao menos um modelo pré-construído acerca da identidade capixaba: a inexistência de uma identidade regional em decorrência da diversidade cultural e étnica, além da afirmação da não constituição de um dialeto regional. Este modelo, ao tocar na diversidade cultural e étnica, ressalta a herança dos três grupos étnicos: a herança negra, a índia e a européia. Há também uma narrativa entre a estreita relação do capixaba com o mar e com a montanha.

A hipótese levantada nesta dissertação, e que será mostrada neste capítulo, é que os jornais capixabas, no caso *A Gazeta* e *A Tribuna*, como instituições legítimas para defenderem os interesses locais constroem discursivamente uma identidade regional baseada ao mesmo tempo na diferença frente ao Outro e na inserção do capixaba num contexto nacional mais amplo. Neste sentido, a construção de uma identidade capixaba parece basear-se na valorização e reafirmação das potencialidades do Estado.

### **5.1 A identidade regional nos jornais capixabas**

Determinados temas, acontecimentos e idéias são, de certa forma, os referentes da narrativa jornalística (SOUSA: 2002). Mas para que estes acontecimentos façam parte da rede de significação do jornalismo, é necessário que eles atendam aos critérios de noticiabilidade estabelecidos pelos diferentes dispositivos jornalísticos. Esses critérios são, normalmente, implícitos e relacionam-se a relevância e interesse do acontecimento para o universo da recepção. (FACCIN: 2002).

Os acontecimentos, segundo Rodrigues (*apud* SOUSA: 2002) podem ser consideradas como ocorrências singulares, concretas, observáveis e delimitadas, quer no tempo, quer no espaço, quer em relação a outros acontecimentos que irrompam da superfície dos fatos. Para que os jornalistas transformem o acontecimento em notícia, Rodrigues (*apud* FACCIN: 2002) assinala ainda que o juízo destes pressupõe implicitamente uma visão de mundo interiorizada por eles e partilhada pelo seu público.

Mauro Wolf (2000) ressalta que a noticiabilidade introduz práticas estáveis na matéria-prima do jornalismo, os fatos que ocorrem no mundo. Ela também vai estabilizar a rotina de produção jornalística. Os denominados “valores notícia” operacionalizam então as práticas profissionais nas redações. Wolf divide estes valores em cinco critérios. Os substantivos referem-se ao próprio conteúdo, às características do acontecimento. Leva em conta a hierarquia dos envolvidos no fato, à relevância, à anormalidade do acontecimento, etc. Um segundo critério relaciona-se ao produto. Diz respeito, portanto, à disponibilidade de materiais e as características específicas do produto informativo. Um terceiro critério relaciona-se ao meio, ou seja, o formato e a frequência do acontecimento adaptada às características do meio. Os critérios relativos ao público levam em consideração à visão que o



jornalista têm de seu público. Por último há a concorrência. A situação de concorrência pode gerar três tendências que seriam a fragmentação, a reciprocidade e a semelhança das notícias veiculadas.

Rodrigues (*apud* SOUSA: 2002; MOTTA: 2002; FACCIN: 2002) prefere sintetizar os critérios de noticiabilidade em três fundamentais. O primeiro é o excesso, ou seja, o funcionamento anormal da norma, a ultrapassagem do limiar, a desmedida. Em segundo lugar vem a falha, isto é, o funcionamento insuficiente e irregular dos corpos. Por último, a inversão que é a alteração dos papéis esperados pelos corpos, a inversão dos papéis sociais. Assim, pela sua natureza, o acontecimento estaria situado em uma escala de probabilidades de ocorrência, sendo, portanto quanto mais imprevisível quanto menos improvável for a sua realização. O acontecimento jornalístico seria então um acontecimento de natureza especial que se distinguiria do número indeterminado e infinito de acontecimentos possíveis.

A partir das observações acima, é possível verificar que o levantamento da amostragem desta pesquisa evidencia um conjunto de matérias jornalísticas constituída por momentos pré-agendados por meio dos quais a IR capixaba se manifesta, como, por exemplo, as festas folclóricas dos imigrantes europeus e a das paneleiras, dentre outras. Outro conjunto de matérias, provavelmente mais importante por estar mais presente e construir uma narrativa particular acerca da identidade capixaba, trata da relação de tudo que se refere ao Espírito Santo em comparação aos seus vizinhos, ou até mesmo sua relação com o Estado Nacional.

Há pelo menos três eixos demarcatórios que permitem classificar e hierarquizar a IR no espaço topográfico dos jornais e que são recorrentes. O que nos interessa neste trabalho é a demarcação da IR pela narrativa jornalística, em particular uma narrativa recorrente e

marcante na topografia jornalística capixaba. Os outros eixos paradigmáticos são: 1) a demarcação nos espaços de interação e 2) a demarcação pelas marcas iconográficas.

A presença da identidade regional no espaço topográfico do jornal pode ser observada não na cobertura deliberada a respeito desta construção como objeto ou insumo, mas pode ser observada de diversas formas, dependendo da matriz metodológica utilizada para a leitura analítica, como demonstrou Faccin (2002). O autor também mostrou que não há uma relação direta entre oferta e consumo de matérias significantes, tendo em vista que a identidade regional é uma formação social e não um campo social em torno do qual os sujeitos estariam inscritos. Assim, se existe uma forma de a identidade regional entrar na rede discursiva dos jornais, ela só pode ser entendida na forma de efeito de sentido, mesmo que os jornais procurem formas diferentes de capturar seu público através das práticas jornalísticas ofertadas no mercado simbólico<sup>39</sup>.

Portanto, há duas formas para que a identidade regional possa estar presente nos jornais. De um lado, ela se incorpora na agenda informativa dos jornais com um determinado nível de representação construída pelo relato, e de outro ela aparece nos discursos de acordo com as enunciações próprias de cada dispositivo, permitindo a negociação de sentido e que oscila entre os pólos NÓS e OUTROS para dar conta da referenciação do cotidiano regional.

Desta forma, a identidade regional vai ser exteriorizada nas ações e fatos ligados ao cotidiano da população, na sua memória, interesses regionais e em modelos de representações

---

<sup>39</sup> O que permite a apropriação desta idéias do autor com a realidade capixaba é a forte semelhança que existe na formação étnica, histórica, cultural e social entre as unidades da federação, como afirmou Reis (2002) e foi comentado no capítulo quatro desta dissertação. A análise do *corpus* também permitiu destacar a semelhança que com a qual a identidade regional aparece nos jornais gaúchos, da análise de Faccin, e nos jornais capixabas.

encontradas no universo simbólico dos leitores. Como dito anteriormente, a construção da notícia pelo jornalista leva em consideração a pressuposição da visão e modelos partilhados entre eles e seus públicos, e principalmente a construção do real que os jornalistas fazem. Assim, as remissões a identidade regional definem de forma clara as características regionais das práticas discursivas dos jornais, neste caso, dos jornais capixabas.

Utilizando-se das análises de Miguel Rodrigo Alsina, Faccin (2002) afirma que a identidade regional pode ser apreendida como uma realidade objetiva, que é experimentada como um mundo objetivo que existe fora do indivíduo, uma realidade simbólica constituída em formas distintas de expressão simbólica da realidade objetiva, e uma realidade social subjetiva que seria a fusão das duas realidades anteriores. Desta forma, seria possível identificar dois eixos da entrada da identidade regional na narrativa jornalística. Um eixo é a Informação/ Identidade Regional e o outro é a Cultura/ Identidade Regional. Neste, a identidade regional entraria na rede de significados dos jornais pelas referências aos aspectos de vida do povo, aos seus valores, símbolos e tradições que se fariam presentes nos diferentes gêneros discursivos, independentemente do tema abordado. Naquele, a identidade inscrever-se-ia nos jornais por meio das manifestações sociais, da soberania e da memória.

### **5.1.1 O posicionamento dos jornais em relação ao regionalismo**

A presença direta da temática da identidade regional nos jornais seria, portanto, uma estratégia discursiva em que o jornal construiria o seu posicionamento diante de seu público. O posicionamento dos jornais justificaria, então, a presença ou ausência da discussão direta acerca da temática da identidade regional. Como Ferreira (1997; 1999) mostrou, entre os anos 1988 e 1993, *A Gazeta* procurou posicionar-se como um “auditório” (físico e discursivo) das elites do Estado, como um espaço privilegiado e autorizado a discutir os temas de interesses

locais. Naquele mesmo período, o jornal *A Tribuna* não estabelecia um *Contrato de Leitura* bem definido.

Mudanças na situação de concorrência entre os jornais sugerem que houve algumas alterações no *Contrato de Comunicação*. Conforme já explicitado, não é objetivo deste trabalho analisar este contrato. Mas é interessante fazer aqui algumas observações a este respeito. A análise da amostragem selecionada permite tecer alguns comentários acerca do posicionamento proposto pelos dois jornais em relação ao regionalismo e defesa dos interesses locais.

Embora Faccin (2002) tenha afirmado que a presença da identidade regional nas páginas do jornal possa ser observada não na cobertura deliberada a respeito desta construção como objeto ou insumo, esta situação também ocorre. Neste caso, poder-se-ia assumir que a cobertura deliberada tratar-se-ia de uma estratégia em que o jornal busca posicionar-se diante de seu leitor. A comparação entre os jornais no período analisado dá indícios de como isso ocorre. A cobertura da construção identitária capixaba mostrou-se mais presente na topografia jornalística em *A Gazeta* do que em *A Tribuna*. Veja na Ilustração 1, abaixo, um exemplo desta cobertura. Esta reportagem intitulada “Capixaba não tem identidade cultural”, foi publicada em *A Gazeta*, numa edição de domingo, dia 15 de dezembro de 2002, na página 18, a segunda da editoria “Grande Vitória”. Além de a identidade aparecer como um objeto de consumo, algumas marcas presentes na superfície textual deixam transparecer o vínculo que o Enunciador procura estabelecer com o co-enunciador. Em primeiro lugar, o enunciador coloca-se na posição de detentor de um conhecimento que julga ser importante para co-enunciador possuir (1, 2). Há a tentativa de posicionar-se como aquele como autorizado a

indicar o caminho e as atitudes que o co-enunciador deve tomar (3), neste caso, o que deve ser valorizado.

- (1) *Apenas 39,5% conhecem o congo.*
- (2) *História do Estado ainda é recente.*
- (3) *Elementos locais devem ser valorizados.*

A regionalização das matérias jornalísticas se dá de forma diferente entre os dois jornais. Apesar da ausência da temática identitária nas páginas de *A Tribuna*, a regionalização do conteúdo é recorrente na topografia jornalística capixaba, estando tanto as narrativas quanto os espaços de interação e a iconografia presentes nas diferentes editorias e cadernos.

Embora não houvesse a preocupação em quantificar a diferença na cobertura jornalística que vai constituindo a IR nos eixos demarcatórios citados anteriormente, foi visível que em *A Gazeta* ela encontra-se mais presente e abrangendo as diversas editorias e cadernos com mais frequência. No caso de *A Tribuna*, a regionalização ocorre através de uma aproximação com o leitor, como o caso do projeto “*A Tribuna com você*”<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Neste projeto, da editoria de Cidade, a equipe de reportagem visita um bairro da Grande Vitória por semana, e publica durante o período qualquer assunto referente ao bairro visitado, desde os problemas até as novidades.





Outra estratégia adotada é a entrada da IR na narrativa jornalística por meio dos cadernos e suplementos especiais. Neste caso, a cobertura não foi deliberada, mas através dos eixos I/ IR e C/ IR. A cobertura se deu valorizando os aspectos econômicos do Espírito Santo (ilustrações 2 e 3) ou ressaltando as suas potencialidades (ilustração 4). Esta forma de narrativa será analisada numa seção mais adiante.

**Ilustração 2 – AG (05/08/2003)**

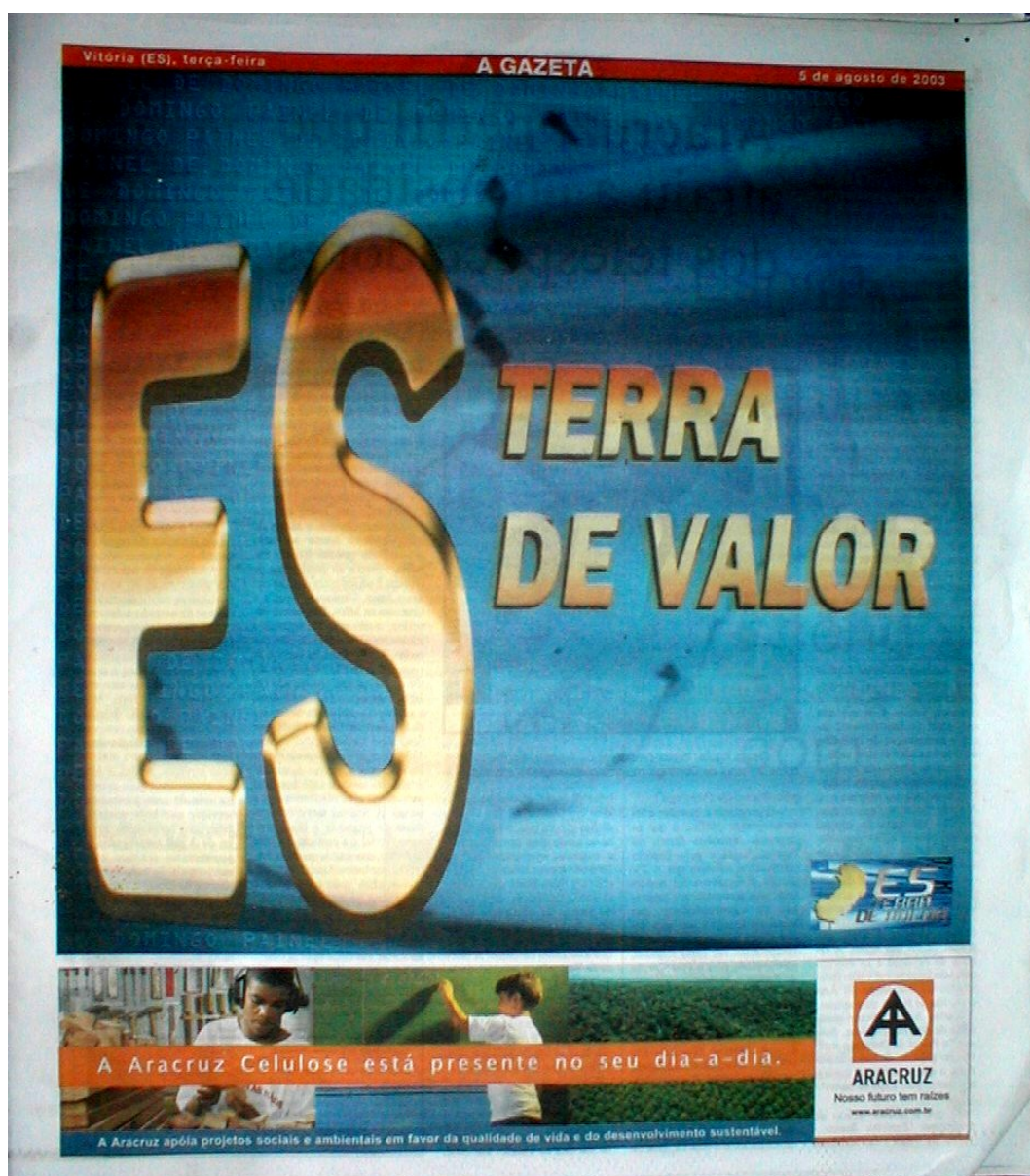




Ilustração 3 – AT (28/08/2003)

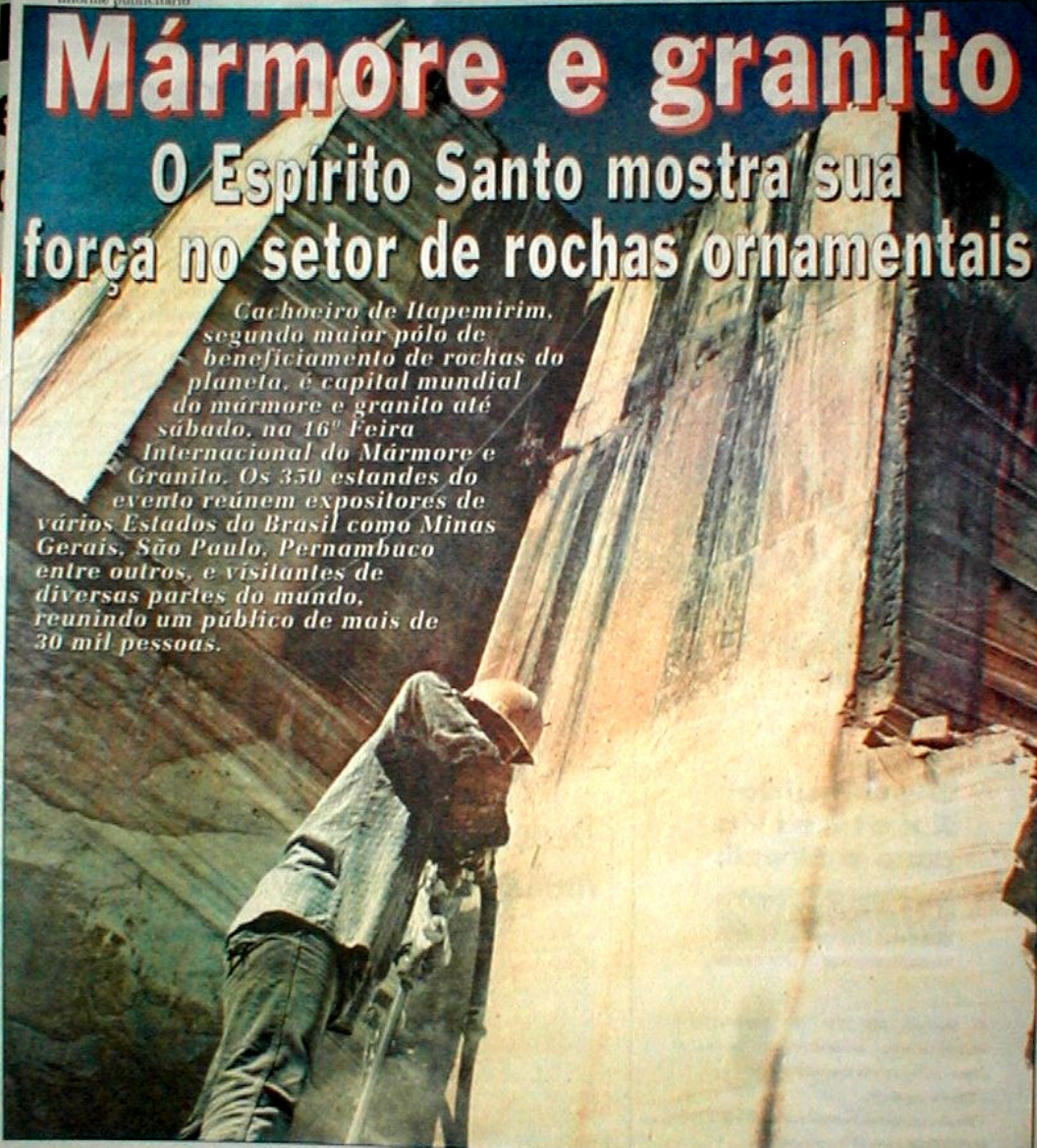
**a TRIBUNA** VITÓRIA-ESPIRITO SANTO • Suplemento Especial • QUINTA-FEIRA • 28 DE AGOSTO DE 2003


Informe publicitário

# Mármore e granito


## O Espírito Santo mostra sua força no setor de rochas ornamentais

*Cachoeira de Itapemirim, segundo maior pólo de beneficiamento de rochas do planeta, é capital mundial do mármore e granito até sábado, na 16ª Feira Internacional do Mármore e Granito. Os 350 estandes do evento reúnem expositores de vários Estados do Brasil como Minas Gerais, São Paulo, Pernambuco entre outros, e visitantes de diversas partes do mundo, reunindo um público de mais de 30 mil pessoas.*







**SILESTONE**  
Granito e Mármore




**CRISTAL**  
Granito e Mármore



Prefeitura Municipal de Cachoeira de Itapemirim



**M2**  
Granito e Mármore



**METIL**  
Automatização



Ilustração 4 – AG (25/09/2003)



No Suplemento Especial comemorativo dos 75 anos de *A Gazeta* (ilustração 2), publicado em 21 de setembro de 2003, é possível verificar mais um vínculo que este jornal procura estabelecer com o seu público leitor. Novamente, aparece a relação pedagógica (4, 5), mas também de cumplicidade, participante do mesmo processo (6).

- (4) *Contando a história do Espírito Santo*
- (5) *É a história desses capixabas [...] que A GAZETA conta em suas páginas todos os dias, há 75 anos.*
- (6) *É dessa história que A GAZETA participa, com orgulho, tão intensamente.*

Ilustração 5 – AG (21/09/2003)



Estas são apenas algumas observações sobre um rápido olhar de algumas estratégias adotadas pelos jornais em seu posicionamento em relação aos aspectos formais de se levar o conteúdo regionalizado ao leitor e de como está construído o vínculo entre o jornal e seu público. A análise destas marcas, de forma mais completa e aprofundada deve ser feita através da análise do *contrato de leitura* e não é objetivo deste trabalho.

### **5.1.2 As marcas iconográficas**

Uma forma de entrada da IR no espaço topográfico dos jornais é manifestada por meio das marcas iconográficas, ou imagens, que os dispositivos utilizam para a construção de seus referentes. Conforme já afirmado acima, a orientação geral pressuposta pelos jornalistas em torno dos modelos pré-construídos e supostamente partilhados pelo universo de recepção pode ser destacada nos temários dos jornais. Estas imagens associadas ao texto, mais que ilustrar, produzem como um efeito de sentido várias associações em torno da IR.

O compartilhamento do universo simbólico entre enunciadore e co-enunciadore explicaria a presença constante de determinadas imagens, como é o caso, por exemplo, da Panela de Barro (ilustração 6, 7), dos Imigrantes Europeus (ilustrações 8) e da culinária relacionada ao mar (ilustração 6, 7). Convém lembrar que estes modelos pré-construídos são compartilhados em todos os eixos que demarcam a entrada da IR na topografia dos jornais capixabas.



Ilustração 6



Ilustração 7



Ilustração 8





## **5.2 As narrativas das questões regionais**

O mapeamento dos jornais realizado na amostra desta pesquisa permite organizar algumas formas de narrar as questões regionais. Estas narrativas funcionam como enredo dos discursos sobre as diferentes formas que a identidade regional capixaba assume. Essas “formas de dizer” as identidades permitem afirmar que as narrativas das questões regionais constituem as fronteiras simbólicas que demarcam os diferentes traços da identidade regional.

Algumas narrativas são freqüentes, a destacar:

1. A união em defesa dos interesses regionais;
2. A inclusão dos imigrantes na construção do estado;
3. As festas folclóricas como manifestação da IR;
4. A atualização da IR;
5. A sentinela dos interesses econômicos regionais;
6. A defesa dos interesses econômicos;
7. A presença das etnias negras e indígenas na formação cultural;
8. A beleza da mulher capixaba;
9. O multiculturalismo capixaba.

Mas, em especial, há uma narrativa mais generalizada que pode englobar as formas acima. Esta narrativa é a inclusão do Espírito Santo no contexto nacional, procurando destacar as potencialidades e valores do Estado e de seus habitantes. O foco da análise deste trabalho será este.



### 5.2.1 A identidade capixaba: um falso problema

Em primeiro lugar, para se construir uma narrativa acerca da inserção do capixaba e do Espírito Santo no cenário nacional, é necessário que haja uma definição das semelhanças e diferenças que formariam a identidade regional. A discussão em torno da ausência de uma identidade capixaba revela-se um falso problema. A presença de traços que marcariam as semelhanças que formariam a unidade regional e as diferenças com os Outros estão presentes no discurso produzido pelos jornais capixabas. É importante ressaltar que, como foi definido no *Capítulo 1*, a tomada de posição do sujeito é volátil e flexível. É mais marcada pela diferença, com a presença do Outro no discurso, do que a semelhança. Esta diferença pode estar construída numa relação institucional ou governamental (1, 2, 3), na diferença cultural, lingüística, econômica ou educacional (4, 5).

1. *ESPÍRITO SANTO E CANADÁ TROCAM IDÉIAS: contatos com ONGs e outros países vão incrementar o ecoturismo no Estado (AG, 12/02/2003)*
2. *SETOR DE ROCHAS DO ES NA MIRA DO MARROCOS: com a criação do consulado, negócios com mámore e granito serão incrementados (AG, 11/02/2003)*
3. *PROTECIONISMO EUROPEU PREJUDICA O ESPÍRITO SANTO: empresas capixabas de surfwear deixam de faturar US\$ 16,2 milhões (AG, 02/02/2003)*
4. *ESTUDO DIZ QUE VITÓRIA TEM DIALETO PRÓPRIO (AG, 20/08/2003).*
5. *ALUNOS CAPIXABAS SÃO PIORES: pesquisa revelou que estudantes são os mais deficientes da Região Sudeste em português. (AT, 24/04/2003)*
6. *TEMPERO BAIANO É MAIS FORTE: a dupla capixaba Loiola/ Fábio Luiz perdeu a final da etapa de vôlei para o baiano Ricardo e seu parceiro Emanuel (AT, 12/05/2003)*

Há, ainda, as marcas que sugerem uma unidade, como a parte tomada como um todo (5, 6, 7, 8).

7. *TECNOLOGIA CAPIXABA: fio diamantado com tecnologia feito para corte de rochas, tem mesma qualidade e menor custo que os importados. (AT, 24/08/2003)*

8. *CAPIXABAS NO TOPO DA MODA: garotas do interior do Estado fazem sucesso e conquistam as passarelas internacionais (AT, 16/03/2003)*
9. *BONITA, EU?: modelos capixabas que brilham no exterior foram descobertas por acaso. (AG, 05/02/2003)*

Como se pode ver nos exemplos acima, as idéias de união, de semelhança, de diferença e a presença do outro estão presentes na topografia jornalística capixaba, seja tomando forma a partir da comparação ou pela tomada da parte como um todo. Será vista na próxima seção, a narrativa da inserção do capixaba no contexto nacional.

### **5.2.2 A inserção da parte no todo**

Conforme a análise de Oliven (1998), a crescente integração decorrente da urbanização e do desenvolvimento dos meios de comunicação vem acompanhada da afirmação da diversidade cultural<sup>41</sup>. A unidade, do ponto de vista político, econômico e tecnológico já se encontra num nível bem avançado, o que segundo Oliven, impõe a necessidade de se repensar a questão da diversidade cultural. Neste sentido, o autor busca repensar o regionalismo gaúcho como algo que só faz sentido quando posto diante das questões nacionais.

Aproveitando algumas das reflexões do autor, foi possível observar, e sustentar, que a narrativa mais recorrente nos jornais capixabas é a inserção da cultura capixaba, do Espírito Santo e de seus habitantes como parte do Brasil-Nação. Esta narrativa é também base de muitas outras formas de se narrar as questões da IR na topografia dos jornais capixabas.

Esta é uma forma de narrar que parece construir um Espírito Santo relevante economicamente, com contribuições para o crescimento nacional, e destaca a importância

---

<sup>41</sup> Esta análise também foi feita por outros autores, como visto no Capítulo 1.



daqueles que formariam o seu povo. A economia e o esporte despontam como as principais vias de acesso ao status de uma região integrada e importante nacionalmente. Veja alguns enunciados selecionados dos jornais capixabas:

1. *ES RESPONDE POR UM QUARTO DE LUCRO DA VALE: da receita bruta em 2002, R\$ 4 bilhões vieram das exportações em Tubarão. (AG, 20/02/2003)*
2. *CAPIXABAS NA ELITE DO VÔLEI DE PRAIA BRASILEIRO: dupla Renata e Semframes disputará pelo menos três etapas do circuito (AG, 19/02/2003)*
3. *INDÚSTRIA DO PETRÓLEO CRESCE 9,5% NO ESTADO: número de empresas do setor passou para 69 no final do ano passado (AG, 27/02/2003)*
4. *ES LIDERA CRESCIMENTO INDUSTRIAL (AG, 15/02/2003).*
5. *TALENTOS CAPIXABAS NA EUROPA (AG, 14/02/2003)*
6. *PORTO DE VITÓRIA É O SEGUNDO EM EXPORTAÇÃO: Santos mantém a liderança com escoamento de 25,9% das mercadorias (AG, 11/02/2003)*
7. *GRIFE CAPIXABA VIVE SEUS “ANOS DOURADOS” NA PASSARELA (04/02/2003)*
8. *UM CAPIXABA NO TOPO DO RANKING BRASILEIRO: tenista conquista o primeiro lugar do ranking do tênis em cadeira de rodas e sonha com Paraolimpíadas (AG, 02/02/2003)*
9. *FÁBRICA DE PIOS FAZ 100 ANOS: única da América Latina, a fábrica que fica em Cachoeiro, comemorou seu centenário com edição especial de pios de aves (AT, 04/02/2003)*
10. *VIOLÕES 100% CAPIXABA: fábricas em Vila Velha produzem violões que são utilizados por músicos locais e de outros lugares do País (AT, 01/01/2003)*
11. *CAPIXABA PARA SALVAR O FLU: Renato conta com a raça do atacante Ademilson, ex-Alegrense, para vencer o Bangu hoje, em Moça Bonita (AT, 29/01/2003)*
12. *INDÚSTRIA DO ESTADO É DESTAQUE: o Espírito Santo assumiu a liderança da expansão industrial nacional por causa do início da operação de poço de petróleo (AT, 18/01/2003)*
13. *TURMA BOA DE JIU-JÍTSU SE DÁ BEM NA COPA DO BRASIL: os atletas capixabas se deram bem e faturaram cinco medalhas na Copa do Brasil de Jiu-Jitsu Olímpico, que aconteceu no último final de semana, no Ginásio Canto do Rio, em Niterói (AT, 29/10/2002)*
14. *CAPIXABA PASSA NO TESTE: a Argalite, uma empresa do Espírito Santo, passou nos teste preliminares de qualidade na NBR (AT, 29/10/2002)*
15. *ESTADO É O 7º EM RENDA PER CAPITA: a posição do Espírito Santo é melhor do que a de Minas, segundo dados divulgados pelo IBGE (AT, 19/10/2002)*

16. *HOMEM-PÁSSARO CAPIXABA: Frank Brown conquistou o Brasileiro de Parapente, em Araxá, e brilhou no Mundial, ficando em oitavo lugar entre 120 pilotos (AT, 18/10/2002)*
17. *PÃO FEITO EM VILA VELHA É O 2º MAIOR DO BRASIL (AT, 17/10/2002)*
18. *PINTA O GUGA CAPIXABA: Gustavo Holz, de 12 anos, além de conquistar o Bahia Open, tem impressionado seus adversários em todo Brasil (AT, 17/10/2002)*
19. *CAPIXABA ENTRE AS MAIS FORTES DAS AMÉRICAS (AT, 12/10/2002)*
20. *PESQUISA CIENTÍFICA DÁ PRÊMIO PARA CAPIXABA: Maria Odete Moschen, ex-moradora de Colatina, incentivou a investigações sobre uma doença rara (AT, 09/10/2002)*
21. *CAPIXABAS NA EXPOMUSIC: a maior feira do gênero da América Latina deve receber 40 mil visitantes (AG, 24/09/2003)*
22. *SURPRESAS NO SHOW DE VOLTA: A Big Beatles consolida sua expressiva participação nos Festivais Internacionais de Liverpool, terra natal dos fab four, como a banda estrangeira mais cativa do vento (AG, 19/09/2003)*
23. *TALENTO CAPIXABA NA SELEÇÃO BRASILEIRA: Índio foi convidado para treinar seleção brasileira de beach soccer (AG, 18/09/2003)*
24. *ES LANÇA NOVA VARIEDADE CLONAL DE CAFÉ CONILON: as mudas melhoradas geneticamente vão ser distribuídas em Junho (AG, 11/09/2003)*
25. *CAPIXABAS DOMINAM AS ONDAS DA BARRA: Maylla, na profissional, e Naara na amado, vencem etapa do Brasileiro (AG, 09/09/2003)*
26. *MENINAS CAPIXABAS ARRASAM EM PORTUGAL: Neymara Carvalho fica em 1º lugar e Maylla Venturin na 2ª posição (AG, 01/09/2003)*
27. *ESPÍRITO SANTO ACABA COM A HEGEMONIA DOS CARIOCAS (AG, 01/09/2003)*
28. *FÁBRICA CAPIXABA EXPORTA RAQUETES (AG, 21/07/2003)*
29. *CAPIXABA TIRA JUDÔ BRASILEIRO DO SUFOCO (AT, 20/08/2003)*
30. *FORMIGA, O LEÃO DE BRONZE NO REMO: o atleta do Álvares que fez parte do barco quatro sem no Pan considera a medalha uma resposta à Confederação Brasileira (AT, 14/08/2003)*
31. *CAPIXABA DE 14 ANOS É OURO NO CÉU: Felipe Ferreira Villar Coelho competiu com 75,7 mil estudantes de todo o País e venceu a VI Olimpíada Brasileira de Astronomia (AT, 12/08/2003)*
32. *CAPIXABA TAYANNE É A BOA DA GINÁSTICA: ela salvou a lavoura brasileira nas competições individuais ao ganhar a medalha de bronze na maça (AT, 11/08/2003)*
33. *ESTADO É LIDER DE PRODUÇÃO: a indústria do Estado cresceu pela 11ª vez seguida e repetiu a posição de janeiro, quando ficou no topo da lista nacional (AT, 17/04/2003)*

Há enunciados que destacam a importância econômica do Estado (1, 4, 6, 12, 24, 33), alusão ao desempenho econômico e desenvolvimento regional (1, 3, 4, 6, 12, 15, 24, 28, 33); a defesa da importância capixaba para o Brasil (4, 6, 9, 12, 15, 16, 19, 24, 26, 28, 29, 32, 33); a competitividade (2, 4, 6, 10, 12, 14, 18, 19, 30). Há ainda de se destacar a valorização de tudo aquilo que é proveniente da terra, procurando romper com a imagem de subdesenvolvimento e isolamento a que o Estado sempre esteve relacionado.

Este modelo narrativo que permite afirmar que mesmo que não haja um modelo hegemônico com o qual se pode construir uma unidade identitária, nos moldes que os folcloristas buscam identificar no Espírito Santo, há um eixo sob o qual se tem construído um fundo cultural para as relações sociais que repercutem no modo de ser do capixaba e sob o qual se delineia o regionalismo e um sentimento de pertencimento a um território definido.

Pode-se observar que a principal linha demarcatória que define a constituição de uma identidade capixaba é a busca em colocar o Espírito Santo num lugar de destaque, apagar a antiga imagem de subdesenvolvimento a que esteve vinculada e que encontra respaldo em seu contexto histórico e social. No âmbito dos discursos sociais, os jornais aparecem como construtores de uma narrativa da Identidade Regional com o intuito de deslocar a narrativa da fundação sociedade capixaba baseada na pobreza, isolamento, baixo desenvolvimento econômico e cultural para uma narrativa de uma sociedade que se modernizou, se tornou competitiva e saiu do isolamento.

## CONCLUSÃO

Três preocupações fizeram parte deste trabalho. Em primeiro lugar, houve o interesse de se aprofundar nos estudos da análise de discursos. Já alguns anos têm-se trilhado este caminho. Havia-se já percebido que a análise discursiva dos textos mediáticos, principalmente dos textos jornalísticos, é importante instrumental para se compreender por que os textos dizem o que dizem, e quais os processos e contextos que fizeram parte na produção social destes textos.

Uma segunda preocupação foi a percepção de que a discussão a cerca da identidade capixaba chamava muita atenção. Sabe-se a globalização teve como uma de suas conseqüências o fortalecimento dos debates em torno dos interesses regionais. Talvez, como se pode observar nesta dissertação, o que particulariza o caso capixaba foi o isolamento econômico, político, cultural e social a que o Espírito Santo esteve submetido ao longo de sua formação. É recente o processo de industrialização e fortalecimento econômico deste Estado. Mas mesmo assim, ele acompanha os fluxos de desenvolvimento das outras unidades federativas, embora sempre com atraso de alguns anos. A partir da década de 1960 o cenário começou a mudar, e mesmo com uma pequena presença no contexto nacional, o Espírito Santo tem conseguido índices superiores às médias de outros Estados e do país.

Aliás, como afirmou Oliven, para se falar em regionalismo, deve-se falar também no nacional, pois só assim o regional faz sentido. É o que parece estar acontecendo. Como a integração (econômica e social) do capixaba no Brasil é recente, a definição de uma

identidade só faria sentido quando inserida num contexto mais amplo. Assim, talvez fica mais fácil entender porque expressões como “são nossos garotos ajudando o Brasil a conquistar as medalhas”, ou “nossos meninos fazendo bonito nos Jogos Pan-americanos” estão presentes nos jornais. Ou a presença constante da afirmação que o Espírito Santo tem tido, há anos, um crescimento industrial e econômico superior aos outros Estados. Não se trata apenas da defesa dos interesses regionais, mas marcar o seu espaço, dizer que o “primo pobre” da região sudeste não é tão pobre assim, que tem suas qualidades e suas potencialidades que devem ser exploradas.

As transformações do mundo no último século, principalmente nas últimas décadas, acabou por destacar as deficiências de uma forma moderna de pensar. O desenvolvimento tecnológico e o encurtamento do espaço e do tempo decorrentes deste desenvolvimento contribuíram sobremaneira com a quebra de vários paradigmas. As definições da identidade se transformaram.

A identidade é, portanto, uma forma pela qual os sujeitos podem tomar uma posição. Como visto no capítulo um, o sujeito posiciona-se a cada momento de acordo com os interesses, com os objetivos. Embora nem sempre seja algo consciente. Mas este posicionamento já demonstra uma característica da identidade. Ela não pode ser vista como algo fixo, pronto e acabado, mas sim como algo que se encontra em constante transformação, instável.

Os meios de comunicação cumpriram papel importante para destacar estas mudanças. Inclusive, como Faccin mostrou, a mídia, e no caso específico de sua tese e desta pesquisa, os jornais são um espaço topográfico privilegiado em que as identidades são vividas, criadas, transformadas e reforçadas. Os jornais, que tem a linguagem como seu principal instrumento,

atuam na construção da realidade. Isto revela sua dimensão simbólica. Ao enunciar, o jornal constrói a realidade, e os jornalistas assim o fazem sem terem o controle total. Assim o fazem por estarem dentro de um contexto, sofrendo influências da situação, das pressões organizacionais e de sua experiência de vida na sociedade.

Nos jornais, portanto, estão presentes todas as marcas da produção social da prática discursiva dos jornais. Por meio destas marcas é que é possível identificar as formas, as visões de mundo, as pressões envolvidas na produção do discurso. Está aí a importância da análise de discursos: identificar por que os textos são o que são e por que se tem os textos que se tem e não outros.

Como os jornais podem ser considerados um território nos quais as identidades regionais são construídas simbolicamente, e vividas e transformadas nas e pelas práticas discursivas, a análise de discursos se torna um instrumento para se compreender quais os discursos que se encontram em jogo.

Os jornais capixabas buscam marcar uma forma de olhar a identidade regional, mas antes disso, procuram posicionar-se como legítimos defensores dos interesses regionais. A forma como eles se posicionam não foi o objetivo deste trabalho, mas fica aí uma questão para uma futura pesquisa. Não foi difícil perceber que a defesa dos interesses regionais estão fortemente presentes nos discursos produzidos pelos jornais capixabas. Assim como as delimitações do que é ser capixaba. Isto leva a crer que falar em ausência de uma identidade capixaba é um falso problema, pois todos os elementos necessários para tal se encontram presentes no discurso produzido pela mídia.

Foi possível verificar que uma forma de narrar a identidade capixaba englobaria outras narrativas. E foi esta forma que mais chamou a atenção no âmbito desta pesquisa. A competitividade, a importância econômica e social, o desempenho econômico, o desempenho nos esportes são alguns dos exemplos que sustentam a idéia de que esta narrativa que busca fundar um novo olhar sobre a identidade capixaba vai de encontro à antiga narrativa fundadora da sociedade capixaba, baseada no isolamento e subdesenvolvimento. As transformações sociais e econômicas dos últimos anos mudaram muito a sociedade capixaba e tiraram o Espírito Santo da posição marginal que esteve ligado em toda a sua história. Neste sentido, repensar a identidade capixaba só pode ser feita com base num novo olhar sobre o regionalismo, que segundo Oliven (1998), só é possível se for pensado em relação ao contexto nacional.

Para Herscovici (2001), a falta de referências culturais próprias ao capixaba deve-se ao insucesso de se implementar midiaticamente bens culturais que pudessem ser “vendidos” aos vizinhos. Talvez se possa pensar que a lacuna que se abriu entre as narrativas do passado e as práticas discursivas dos jornais no presente também seja responsável pelo sentimento de indefinição da identidade capixaba. Mas isto é só uma suposição.

Várias questões desta pesquisa ficaram em aberto. Em primeiro lugar, haveria a necessidade de se conhecer melhor os vínculos que os jornais capixabas estabeleceram no período analisado. A análise realizada por Ferreira abrange um outro período histórico e uma outra relação estabelecida entre os jornais e seus leitores. Uma análise mais aprofundada das marcas iconográficas presentes nos jornais e as demarcações da identidade regional nos espaços de interação também seria necessária, bem como uma análise das outras narrativas. Mas isto deve ficar para um segundo momento. Por agora, a forma como a identidade regional

se constrói a partir do deslocamento de uma narrativa para outra foi a que despertou maior interesses e ocupou a maior parte do tempo desta pesquisa.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APPIAH, Kwame Anthony. **Na casa de meu pai: a África na filosofia da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ARAÚJO, Inesita. **A reconversão do olhar**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2000.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.

AURÉLIO, Francisco. Nós, os capixabas. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 66-68.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 4ª ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

BARROS FILHO, Clóvis. *Ética na comunicação*. 4ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

BENVENISTE, E. **Problemas de Lingüística Geral**. 3ª ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1991.

\_\_\_\_\_. **Problemas de Lingüística Geral II**. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1989.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BERNARDINO, José Francisco. Identidade e cultura capixabas. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 104-107.

BITTENCOURT, Gabriel. A conjuntura capixaba da formação de sua identidade cultural. VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 69-77.

\_\_\_\_\_. **Historiografia capixaba & imprensa no Espírito Santo**. Vitória: Edit, 1998.

BORGO, Ivan. Em busca da identidade. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 96-100.

BOURDIEU, Pierre, **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRANDÃO, Ana Paula. **Os discursos do conhecimento**. A experiência do Canal Futura. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. Dissertação, 2000.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CARVALHO, José Augusto. O capixaba e sua identidade. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 101-103.

CAVALCANTI, J. C. Monjardim. **Espírito Santo: o mais brasileiro dos Estados**. [online]. Disponível em: < <http://www.linhares.es.gov.br/cidade/espirtosanto.asp>>. Acesso em: 15 set 2003.

CHARAUDEAU, Patrick. *Le contrat de communication de l'information médiatique*. **Le Français dans le Monde**. Paris, número especial, páginas 8-19, julho, 1994.

CONTEXTO JORNALISMO & ASSESSORIA. **O Diário da Rua Sete**: 40 versões de uma paixão. Vitória, 1998.

DADALTO, Cristina. Memória e identidade. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 33-36.

DUARTE, Maurício da Silva. **Cidadania Obstruída**. Jornais cariocas e a construção discursiva da violência no Rio. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. Tese, 2003.

ESTEVES, João Pissarra. Nova ordem dos media e identidades sociais. In: Mídias e processo sócios culturais.. São Leopoldo: Unisinos, nov, 2000, p. 11-42.

FACCIN, Milton Júlio. **Território de identidades**: os jornais gaúchos e as demarcações da identidade regional. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, Tese, 2002.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.

FAUSTO NETO, Antônio. **Comunicação e mídia impressa**. Estudos sobre a Aids. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **O contrato de comunicação dos jornais de Vitória-ES (1988 a 1999)**. São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicação, v.XXII, n.1, p.81 - 95, 1999.

\_\_\_\_\_. Repensando a análise do discurso: Contribuições da hermenêutica de Paul Ricoeur. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 1998, Recife.

\_\_\_\_\_. **Le contrat de communication des quotidiens A GAZETA et A TRIBUNA de la ville de Vitória (Espírito Santo-Brésil) de 1988 à 1993**. Paris: Université de Paris II Panthéon Assas, Tese, 1997.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**. 5ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

GAMA FILHO, Oscar. O capixaba metafísico. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 156-173.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GUATTARI, Félix, ROLNIK, Suely. **Micropolítica**. Cartografias do desejo. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu de (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-133.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

\_\_\_\_\_. Identidade cultural e diáspora. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Cidadania. Brasília: IPHAN, n. 24, p. 68-75, 1996

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 5ª ed. São Paulo: Loyola, 1992.

HERSCOVICI, Alain. Identidade capixaba: alguns questionamentos. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 13-20.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições**. 3ª. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HUYSEN, Andréas. **Seduzidos pela memória**: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JACKS, Nilda. **Mídia nativa**: indústria cultural e cultura regional. Porto Alegre: Ed. Universitária/UFRGS, 1998.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. 6ª. Ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

\_\_\_\_\_. **Novas tendências em análise do discurso**. 3ª ed. Campinas: Pontes: Ed. unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: os estudos da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton de (org.) et al. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo : Brasiliense, 1995. p. 39-67.

MAZOCO, Eliomar Carlos. Ensaio sobre uma identidade cultural capixaba. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 58-62.

MORAES, Neida Lúcia. **Espírito Santo**. História de suas lutas e conquistas. Vitória: Artgraf, 2002.

NEVES, Getúlio Marcos Pereira. Sobre a identidade e individualidades capixabas. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 78-89.

OLIVEN, Ruben George. Velhos e novos regionalismos. O Rio Grande do Sul e o Brasil. **Lugar Comum**. Estudos de mídia, cultura e democracia, Rio de Janeiro, n.º 4, p. 67-95, jan./abr. 1998.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

\_\_\_\_\_. Um outro território. In: BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC: Universidade Federal de Sergipe, 1999. p.51-72.

PESSALI, Hélio. A imprensa no Espírito Santo. In: Revista de Cultura da Ufes, n.º 28. Vitória: FCAA, 1984. p. 7-21.

PIGNATON, Fernando João. Música e identidade capixaba. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 63-65.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**. Introdução à análise de discurso. 2ª edição. São Paulo: Hacker editores, 2002.

\_\_\_\_\_. Um olhar contemporâneo sobre a retórica clássica. In: ECO. Publicação da Pós-graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. V. 4, nº 3. Laboratório de Editoração/ECO/UFRJ: Rio de Janeiro, 2000. p. 47-54.

\_\_\_\_\_. Semiologia e imagens. In: BRAGA, José L., PORTO, Sérgio D., FAUSTO NETO, Antônio. **A encenação dos sentidos**. Mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995. p. 141-157.

\_\_\_\_\_. **As Marcas Lingüísticas da Enunciação**. Rio de Janeiro: Numen, 1994.

REIS, Ruth de Cássia dos. **Local e global**: o jornalismo no tempo das trocas. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO – Tese, 2002.

\_\_\_\_\_. O jornalismo na produção de uma identidade regional. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 186-198.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995.

\_\_\_\_\_. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1990.

SIMÕES, Roberto Garcia. Identidade do ES. In: VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura. **Identidade Capixaba**. Vitória: A Secretaria, 2001, p. 180-185.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 2ª ed. Belo Horizonte: Autentica, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. **Construindo uma teoria do jornalismo**, 2002a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2003.

\_\_\_\_\_. **Por que as notícias são como são?**, 2002b. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2003.

\_\_\_\_\_. **As notícias e os seus efeitos**: as “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos, 1999. Disponível em: <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html)>. Acesso em: 16 jul. 2003.

SOUZA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

VERÓN, E. Quand lire, c'est faire: l'enonciation dans lê discours de l apresse ecrite. In: **Semiotique II**. Paris: IREP, 1985. p. 33-56.

\_\_\_\_\_. L'analyse du contrat de lecture. In: **Les médias, expériences, recherches actuelles, applications**. Paris: IREP, 1983, p. 203-229.

\_\_\_\_\_. A produção de sentido. São Paulo: Cultrix: Editora da USP, 1980. P. 173-204: A semiose social.

\_\_\_\_\_. Sémiosis de l'ideologique et du pouvoir. In : **Communications**. Paris: Seuil, n° 28, 1978.

VITÓRIA (ES). Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. **Imprensa**. Vitória: A Secretaria, 1996.

VIZEU, Alfredo. **O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso(AD)**, 2002a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf>>. Acesso em: 15 jul 2003.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e Construção Social da Realidade. In: **Formação superior em jornalismo: uma exigência que interessa à sociedade**. 2ª ed. Florianópolis: Imprensa da UFSC, 2002b, p. 117-121. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/livro.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2003.

\_\_\_\_\_. **A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação a enunciação jornalística**, 2002c. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-producao-sentidos-enunciacao.pdf>>. Acesso em: 15 jul 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2000.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu de (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72.