

João Carlos Simonetti jr

**O Capixaba e o Outro:  
representação da identidade cultural no  
jornalismo impresso do Espírito Santo**

Universidade Federal da Bahia  
2002



# Índice

<b>I</b>	<b>Introdução</b>	<b>13</b>
<b>1</b>	<b>Das articulações entre Cultura, Identidade e Sociedade</b>	<b>21</b>
1.1	Ideologia . . . . .	23
1.2	Ideologia, Cultura e Identidades Culturais . . . . .	29
1.3	Cultura, identidades culturais e discurso . . . . .	38
<b>2</b>	<b>Da existência do Capixaba</b>	<b>41</b>
2.1	O Capixaba . . . . .	44
2.2	Província de terceira categoria . . . . .	54
2.3	Primeiras tentativas de superação . . . . .	58
2.4	Os "Grandes Projetos-- enfim a modernização desejada? . . . . .	62
2.5	Entre a Província e a Modernidade . . . . .	67
2.6	Criação de símbolos e estratégias de identidade . . . . .	71
2.7	Identidades capixabas . . . . .	74
<b>3</b>	<b>Do discurso jornalístico e as representações de identidade</b>	<b>77</b>
3.1	A Análise do Discurso . . . . .	78
3.2	Discurso . . . . .	82
3.3	Funcionamento e Tipologia Discursiva . . . . .	85
3.4	Discurso jornalístico como discurso autoritário . . . . .	87
3.5	As categorias do Discurso Jornalístico . . . . .	90
3.6	As articulações entre jornalismo e identidades . . . . .	92
3.7	Um breve estudo de caso . . . . .	94

<b>4</b>	<b>Da análise dos periódicos</b>	<b>103</b>
4.1	Os jornais . . . . .	104
4.2	Hierarquia dos temas e editorias . . . . .	109
4.3	A Tribuna . . . . .	110
4.3.1	Cidades . . . . .	112
4.3.2	Polícia . . . . .	113
4.3.3	Economia . . . . .	113
4.3.4	Política . . . . .	114
4.3.5	Esporte . . . . .	115
4.3.6	AT2 . . . . .	116
4.4	A Gazeta . . . . .	120
4.4.1	Política . . . . .	122
4.4.2	Economia . . . . .	123
4.4.3	Grande Vitória . . . . .	124
4.4.4	Esportes . . . . .	125
4.4.5	Caderno Dois . . . . .	126
4.4.6	Viva localmente, sonhe globalmente . . .	129
<b>5</b>	<b>Da análise dos textos jornalísticos</b>	<b>133</b>
5.1	Coerência Textual . . . . .	134
5.2	As relações . . . . .	137
5.2.1	Relação de Comparação . . . . .	139
5.2.2	Relação de Associação . . . . .	141
5.2.3	Relação de Autoridade . . . . .	143
5.3	A presença das relações nos jornais . . . . .	145
5.4	Quem é o Outro? . . . . .	148
5.5	Um Outro Capixaba . . . . .	152
<b>6</b>	<b>Conclusão</b>	<b>157</b>
<b>7</b>	<b>Referências Bibliográficas</b>	<b>165</b>

*Dissertação de mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas.*

*Orientadora: Prof. Dra. Itania Maria Mota Gomes*

*A Andréa Grijó;  
Andrei e Maria;*

*Aqueles em quem há sentido.*

## Agradecimentos

A *Itania Maria Mota Gomes*, orientadora, pela competente, paciente e amável condução dos nossos trabalhos e por sua amizade que espero ter conquistado;

A *Cláudia de Oliveira Cabral Santos e Luciana Vellozo Santos*, Secretárias de Cultura de Vitória, ES, à época dos meus estudos, minhas chefes, pelo estímulo e auxílio para conciliar as obrigações do curso e do trabalho;

A *Reinaldo Santos Neves*, amigo de longa data e profundo conhecedor das coisas do Espírito Santo pelo auxílio na descoberta e interpretação da bibliografia sobre as coisas capixabas, e pelo auxílio na tradução do inglês;

A *equipe da Biblioteca Municipal Adelpho Poli Monjardim*, em Vitória, ES, pela presteza e gentileza com que me socorreu no empréstimo de livros e seleção de bibliografia;

A *André Lemos e José Benjamim Picado e Silva*, coordenadores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, durante o período do curso, pela compreensão das dificuldades extras que encontrava por estar permanentemente em trânsito entre Vitória e Salvador;

A *Alexandre Barbalho*, pela gentil acolhida em seu apartamento (com vista para o Farol da Barra), durante o curso;

Aos colegas do *Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA* que me acolheram e me auxiliaram nas minhas estadas em Salvador;

*A Cezar Vazquez, Christa Berger, Erlon Paschoal, Fernando Achiamé, Giovandro Ferreira, Orlando Bomfim, Jeder Janotti Jr. e Sebastião Fonseca, que, em diferentes momentos, cada um a seu modo, contribuíram para o processo de produção desta dissertação.*



## Sinopse

Esta dissertação, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, volta-se para a investigação das representações das identidades culturais no jornalismo impresso. O foco específico de análise é a representação do Capixaba e do Outro no jornalismo diário impresso do Espírito Santo.

Nesta tarefa, nos valem especialmente das reflexões sobre identidades culturais e culturas realizadas no âmbito dos Estudos Culturais, e da Análise do Discurso como ferramenta para a exploração dos discursos jornalísticos.

O imbricamento entre as duas tradições teóricas tem por viés o conceito de ideologia, tomada como os discursos dos quais se apropriam as classes e grupos sociais para dar sentido ao modo como a sociedade opera e que tem a função de "interromper" o processo de polissemia e permitir a produção de sentido dos discursos. Deste tema trata o Capítulo I, voltado para refletir acerca das articulações entre cultura, identidade e sociedade, a partir de uma ótica preocupada com as relações de poder.

No Capítulo II, a nossa atenção volta-se para a cultura e a identidade capixabas, buscando afirmar as suas existências e compreender de que forma a identidade capixaba está posicionada socialmente em relação ao Outro, pela cultura capixaba.

Nos capítulos seguintes, vamos de encontro ao discurso jornalístico e nos detemos na análise dos dois principais jornais diários do Espírito Santo, A Gazeta e A Tribuna.

No Capítulo III, refletimos acerca de como os discursos jornalísticos participam da configuração do espaço social atribuindo valores e criando sentidos que organizam as relações de poder presentes na sociedade e como esses discursos operam esses efeitos.

No Capítulo IV, voltamos a atenção para a forma como os jornais reorganizam o mundo nas suas editorias e que espaços são ocupados preferencialmente pelo Eu capixaba e pelo Outro. Enquanto no Capítulo V, a análise volta-se para os textos noticiosos e

forma como estes textos configuram as relações entre o Capixaba e o Outro.

Neste percurso, identificamos algumas das configurações das culturas e das identidades capixabas, e a forma como a relação do Capixaba com Outro é organizada em torno dos conceitos / discursos de província e modernidade; e como estas relações estão representadas nos discursos jornalísticos e concluímos que o trabalho jornalístico de transformar fatos em notícias e de recriar o mundo diariamente no exíguo espaço do jornal traz uma marca irrecusável, a da cultura em que é produzido.

## Abstract

This dissertation, submitted to the Postgraduate Programme in Contemporary Communication and Culture, aims at investigating the way cultural identities are represented in printed journalism. The specific analytical focus rests on the representation of the Capixaba and the Other in printed daily journalism in Espírito Santo.

To that effect we have made especial use of reflections on cultural identities and cultures deriving from the area of Cultural Studies as well as of the Analysis of Discourse as a tool for surveying journalistic discourses.

The connection between the two theoretical traditions is built upon the concept of ideology as discourses appropriated by social classes and groups in order to give meaning to the operative mode of society and whose purpose is “to break” the process of polysemy and to allow discourses to produce meaning. In Chapter I we work this issue by thinking out the articulations linking culture, identity, and society from a power relationship approach.

In Chapter II our concern lies on the Capixaba culture and identity and on an attempt to assert their existence and to understand how the Capixaba identity is socially placed with regard to the Other by the Capixaba culture.

In the subsequent chapters we take hold of the journalistic discourse and plunge into an analysis of the two most important daily newspapers of Espírito Santo, *A Gazeta* and *A Tribuna*.

In Chapter III some considerations are drawn on how far involved journalistic discourses are in shaping social space by attributing values and creating meanings that form the power relationships acting in society and how these discourses bring out their results.

Chapter IV is concerned with how newspapers rebuild the world within their editorships and with identifying which spaces are preferentially occupied by the Capixaba Self and by the Other. The analysis in Chapter V focuses on news texts and on how they shape relationships between the Capixaba and the Other.

Along this path we identify some of the patterns of Capixaba cultures and identities and describe the way the Capixaba relationship with the Other builds around such concepts and discourses as province and modernity, as well as the way this relationship is represented in journalistic discourses. We are led to the conclusion that the journalistic task of turning facts into news and of rebuilding the world day by day in the narrow scope of a newspaper holds an undeniable mark, that of the culture wherein it develops.

# **Parte I**

## **Introdução**



A Introdução dos trabalhos acadêmicos, reza a tradição e a boa técnica, que seja escrita por último, que seja não o ponto de origem a partir do qual se ergue, ou se espraia a dissertação, mas o ponto de chegada do pesquisador que, após percorrer o caminho, dedica-se a construir um guia, um mapa para o leitor. É a pirâmide invertida dos trabalhos acadêmicos.

No ato de refletir sobre o trabalho realizado, o primeiro esforço é tentar recuperar as motivações primeiras, os desejos originais que levaram à empreitada. No caso desta dissertação, devo confessar, não consigo recuperar que mordida, em que maçã, acendeu o desejo.

Ocorre que nasci capixaba, como prova a minha certidão de nascimento, mas, especialmente, me tornei capixaba. A consciência de que me tornei capixaba, de que me tornei aquilo que para mim tinha sempre sido, talvez tenha sido o primeiro farol a iluminar o caminho. Mas não foi essa a mordida que acendeu o desejo.

Isto de ser capixaba não é tarefa fácil, nem confortável. Pelo menos para mim nunca foi. Recentemente, ao encaixotar e desencaixotar as memórias materializadas em recortes de jornal, em anotações datilografadas ou rabiscadas aqui e ali, no objetivo de reorganizar a vida em casa nova, pude verificar que a preocupação com o que é ser capixaba me persegue desde a adolescência. Talvez por ser esta, a adolescência, uma época tão relevante para a constituição das identidades do indivíduo como sujeito adulto, apto ao convívio social, tenha sido por aí, entre os 14 ou 15 anos, que a maçã tenha sido primeiro mordida.

Outro momento foi fundamental. Na primeira sessão de orientação desta dissertação repeti uma afirmação que já havia feito tantas vezes: “a cultura capixaba não existe”. O espanto que surgiu primeiro no rosto de minha orientadora, ao me ouvir fazer a afirmação, foi depois se instalar em mim. E, em grande medida, este trabalho é uma tentativa de compreender porque esta afirmação me soou, por tanto tempo, tão óbvia, tão natural, tão verdade pronta e acabada. E fui encontrar a resposta na própria cultura capixaba.

Entre um instante e outro, fui mordendo a maçã, fui aguçando o desejo.

Um momento, em particular, merece registro. Em 1992, dez anos antes desta reflexão, portanto, participei da criação de uma revista na Secretaria de Produção e Difusão Cultural da Universidade Federal do Espírito Santo, na qual era estudante de jornalismo. Nesta revista, a *Você*, voltada centralmente para as questões da cultura capixaba, estavam já presentes o pesquisador, o jornalista e o capixaba, três sujeitos autores desta dissertação.

De lá para cá, na convivência com as dificuldades de compreender o que é ser capixaba, a maçã foi sendo devorada.

Se me detenho tanto em referenciar-me aos olhos do leitor, é porque ao buscar trabalhar em proximidade com os estudos culturais, “dada a amplitude do campo, é obrigatório adotar uma explicitação do lugar a partir do qual o pesquisador ou pesquisadora fala.” (ESCOSTEGUY, 2001: 209) Não que esta explicitação se dê apenas a partir da minha trajetória pessoal, mas esta trajetória contribui para compreender a posição social a partir da qual construo o meu discurso.

E poderia definir que este discurso é construído na intersecção daqueles três sujeitos, o pesquisador, o jornalista e o capixaba. E é da confluência desses sujeitos que emerge a voz escolhida para marcar o lugar do autor desta dissertação: a primeira do plural.

O pesquisador preocupado em compreender melhor os seus objetos de análise, ocupado em estabelecer os encaixes teóricos, em construir as ferramentas necessárias a obra de pensar o capixaba.

O jornalista voltado para a responsabilidade social do seu trabalho, para o papel social do jornalismo e a necessidade de um exercício ético da profissão que não é estabelecido pelo mito da imparcialidade que é garantida ao “ouvir os dois lados da notícia” na lógica de linha de produção em que as redações crescentemente se transformam.

O capixaba, esse orienta o papel político do qual, creio, as pesquisas acadêmicas devem sempre estar revestidas. Colocar a



cultura e a identidade capixabas no centro das preocupações do trabalho é já um primeiro gesto político no universo tão exíguo de estudos sobre o Espírito Santo, no entanto, o gesto mais importante não é este. O movimento político fundamental que esta dissertação busca realizar é compreender as razões pelas quais é tão comum a afirmação de que a cultura capixaba não existe ou, no mínimo, é de existência duvidosa:

O próprio uso da palavra capixaba para designar o sujeito nascido no Espírito Santo não é de todo adequada, mas talvez seja uma das primeiras pistas para reconhecermos *alguma possibilidade de existência de uma cultura capixaba*. Termo do vocabulário indígena utilizado para designar alguém natural de Vitória, passou a ser adotado por todos os nascidos no Estado. Se é verdade que na fala se inscrevem a maior parte dos elementos simbólicos que compõem a nossa representação cultural e fundam a existência humana, como afirmam Saussure, Foucault ou Lacan, é possível constatar que aí está um importante indício de construção de uma identidade genuinamente capixaba. (REIS, s/d: 9 - grifamos)

Ou porque, mesmo quando a existência do capixaba não é posta em dúvida, é algo pequeno e de menor importância, como nessa angustiada justificativa da professora Maria Thereza Ceotto para o seu objeto de pesquisa:

Move-me o desejo de voltar a atenção para as margens em que estão situados o Estado do Espírito Santo e os seus escritores, na federação brasileira, em que o eixo Rio-São Paulo exerce a dominação (...)

(...)focalizando uma produção que representa uma literatura menor, não por ser inferior a produtos intelectuais de centros maiores, mas pela sua própria

situação de ser proveniente de um Estado menor, pequena faixa litorânea de um país subdesenvolvido da América Latina, e escrita em português, língua menos desenvolvida do que, por exemplo, o espanhol, no contexto internacional.

Nas palavras acima, existe apenas a constatação de um fato histórico. Não há bairrismo, regionalismo ou xenofobia..” (CEOTTO, 1999: 18-20 - grifamos)

E, resultado da tentativa de compreender essas razões, este estudo tem a pretensão de contribuir para a construção de um discurso que permita afirmar a existência de uma cultura capixaba numa perspectiva positiva, numa perspectiva de centralidade a partir da qual o mundo é redescoberto nesta cultura, na cultura capixaba, e o Outro é definido a partir do capixaba e não numa perspectiva negativa, de marginalidade, na qual é o capixaba construído como aquilo que não é o Outro.

Foi na articulação destes três sujeitos que veio a opção teórica pelos Estudos Culturais e pela Análise do Discurso. Os Estudos Culturais pela sua preocupação com as políticas culturais e de identidade, com o papel das identidades e da cultura na constituição das posições de poder, e a Análise do Discurso por apontar, a um só tempo, para o sentido social da construção discursiva e para a articulação da linguagem e, por conseguinte, para a forma como a linguagem é organizada pelo autor do texto, com a construção do sentido.

Com estas ferramentas teóricas, foram sendo construídos os, também três, movimentos de pesquisa desta dissertação. O primeiro, do qual se incumbe o Capítulo I, é o da articulação das duas perspectivas teóricas, os Estudos Culturais e a Análise do Discurso, com o objetivo de refletir acerca das articulações entre cultura, identidade e sociedade, a partir de uma ótica preocupada com as relações de poder.

No Capítulo II, voltamos a nossa preocupação para a cultura e a identidade capixabas, buscando afirmar as suas existências e compreender de que forma a identidade capixaba está posicionada socialmente em relação ao Outro, pela cultura capixaba.

O terceiro movimento de investigação busca relacionar o discurso jornalístico e as identidades culturais, mais especificamente, busca compreender e descrever como a identidade e a cultura capixabas encontram-se representadas no discurso jornalístico construído pelos dois principais jornais diários do Espírito Santo, A Gazeta e A Tribuna. Este último movimento abarca os três últimos capítulos.

No Capítulo III, refletimos acerca de como os discursos jornalísticos participam da configuração do espaço social atribuindo valores e criando sentidos que organizam as relações de poder presentes na sociedade e como esses discursos operam esses efeitos, como são gestados os efeitos de sentido e como esses efeitos relacionam-se com as questões das identidades culturais, compreendidas como relações de poder.

Nos capítulos seguintes vamos, no encontro com o objeto de análise, os jornais, buscar reconhecer e descrever algumas das diversas formas pelas quais a identidade capixaba, na forma como ela é concebida na cultura capixaba, está presente no discurso jornalístico. No Capítulo IV, voltamos a atenção para a forma como os jornais reorganizam o mundo nas suas editorias e que espaços são ocupados preferencialmente pelo Eu capixaba e pelo Outro. No Capítulo V, a análise volta-se para os textos noticiosos e forma como estes textos configuram as relações entre o Capixaba e o Outro.

Não é objetivo desta dissertação edificar uma Teoria Geral do Ser Capixaba ou resolver a questão da representação das identidades culturais no discurso jornalístico, mas por a luz estas questões e contribuir, ainda que modestamente, para o debate acerca do papel do jornalismo na constituição das identidades e das culturas apontando para o estudos dos meios de comunicação a partir de uma ótica que ressalta a importância das culturas no processo

de elaboração dos produtos dos meios, a partir de uma visão que busca ir além do estudo destes próprios meios para compreender de que forma eles constituem, em seu diálogo com as culturas e as identidades, discursos que representam e recriam a realidade.

Mas é, especialmente, para a construção de uma identidade capixaba que seja mais útil para a população do Espírito Santo por permitir afirmar, positivamente, a sua existência como sociedade e, nas palavras do antropólogo Geert Banck, estudioso das coisas capixabas, “mostrar ao resto do país que esta terra merece maior consideração” (BANCK,1998: 17), que este estudo se volta.

# Capítulo 1

## Das articulações entre Cultura, Identidade e Sociedade

Pensar as articulações entre cultura, identidade e sociedade, a partir de uma ótica preocupada com as relações de poder; pensar como as culturas e as identidades se articulam com e nas relações sociais a partir da ótica dos Estudos Culturais, é o desafio desse texto. Para isso, vamos tomar por referência as três principais premissas deste campo teórico, conforme descritas por Richard Johnson:

A primeira premissa é que os processos culturais estão intimamente vinculados com as relações sociais, (...) A segunda é que a cultura envolve poder, contribuindo para produzir assimetrias nas capacidades dos indivíduos e dos grupos sociais para definir e satisfazer suas necessidades. E a terceira, que se deduz das outras duas, é que a cultura não é um campo autônomo nem externamente determinado, mas um local de diferenças e de lutas sociais. (JOHNSON, 1999:13)

Ao trio fundador deste campo teórico (Raymond Willians, Richard Hoogart e Edward P. Thompson) diversos outros vieram se associar, muitos deles em torno do Centre for Contemporary Cultural Studies, da Universidade de Birmingham. Entre os intelectuais que mais contribuições deram para o desenvolvimento das questões relacionadas às culturas e às identidades, dentro deste campo teórico, e cujo trabalho será uma das pedras angulares das reflexões que empreenderemos, destaca-se o do pensador jamaicano Stuart Hall.

Para dar conta da tarefa de pensar as articulações entre cultura, identidade e sociedade, será necessário nos valermos dos conceitos de ideologia e discurso, compreendendo como a ideologia participa dos processos de produção de sentido, estabilizando e naturalizando relações assimétricas de poder, e como tanto as culturas como as identidades constituem-se no e pelo discurso.

Tomaremos a ideologia como um discurso que estrutura relações de poder nos processos de produção de sentido - sendo aquilo que “fixa” o sentido do objeto significante, “interrompendo” a polissemia e constituindo o signo - e que se refere à cultura - tomada como um modo total de vida, um discurso que articula as diferentes esferas da sociedade e é constituído pelo e constituinte do conjunto das relações sociais, representando e configurando as assimetrias presentes nestas relações.

Na tarefa de construir o quadro de relações acima, vamos nos debruçar sobre os processos de produção de sentido presentes nas práticas sociais. Por processos de produção de sentido compreendemos a forma pela qual, por ação do sujeito, o sentido é constituído. Esse ato instituidor do sentido pode estar presente já no momento em que o signo é formado, mas deverá estar sempre presente quando o signo é constituído pelo sujeito, ou seja, quando um objeto, um texto, uma imagem, passa a, num certo contexto, pela ação de um certo sujeito, “ter” um determinado sentido. Mesmo um objeto forjado intencionalmente como signo, uma palavra, por exemplo, pode não se constituir efetivamente como tal, se não for assim percebida pelo sujeito, seja pela sua

incapacidade ou desinteresse em decodificar o signo ou por qualquer outro motivo. Uma palavra escrita em russo muito provavelmente não será percebida como signo por um brasileiro, e vice-versa; ou um mural pintado numa grande parede pode não ser tornado em signo pelo desinteresse de um dado sujeito em significá-lo. De modo inverso, um objeto natural, uma flor, por exemplo, pode tornar-se signo por um ato do sujeito que a significa como juventude, isto porque:

... todo ato de enunciação é fundamentalmente assimétrico: a pessoa que interpreta o enunciado [o objeto] reconstrói seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, mas nada garante que o que ela reconstrói coincida com as representações do enunciador. (...) O que se quer dizer é que, fora de um contexto, [e sem a ação de um sujeito que interpreta o objeto] não podemos falar realmente do sentido de um enunciado. (MAINGUENEAU, 2001: 20)

## 1.1 Ideologia

Na tarefa de delimitar um conceito de ideologia, tomaremos o percurso trilhado por Gramsci e Althusser abandonando uma concepção negativa (devedora da idéia de Ideologia como falsa consciência), em favor de uma concepção “neutra” da Ideologia, capaz de representar diferentes grupos e classes, e não apenas a classe dominante; e também tomaremos a ideologia não como um conjunto de idéias, autônomas ou autonomizáveis, mas como algo que está presente na realidade, que existe materialmente nas práticas sociais e nos signos na forma de discurso. Nas palavras de Stuart Hall, Ideologias são

as estruturas mentais – as linguagens, os conceitos, as categorias, as imagens do pensamento e os sis-

temas de representação – que diferentes classes e grupos sociais empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível o modo como a sociedade opera (HALL, 1996b: 26)<sup>1</sup>

A ideologia será, então, considerada como um discurso acerca da realidade, o que fica mais fácil de compreender se tomamos como fato que só podemos ter acesso à realidade por meio do discurso que a organiza:

A Realidade existe fora da linguagem, mas é constantemente mediada pela e através da linguagem; e aquilo que podemos saber e dizer tem que ser produzido dentro e por meio do discurso. O ‘conhecimento’ discursivo é o produto não de uma representação transparente do ‘real’ na linguagem, mas a articulação da linguagem em relações e condições reais (HALL, 1997b: 95)<sup>2</sup>

Poderíamos, então, conceber ideologia como um discurso que, “empregado” por uma classe ou grupo social, organiza uma determinada representação da realidade e que, ao refletir uma determinada posição, estabelece relações de poder com as demais posições, com outras representações da realidade, com outros discursos.

No entanto, é preciso um cuidado com esta afirmação. Tomá-la rapidamente pode levar ao engano de concebermos um discurso

---

<sup>1</sup> *the mental frameworks - the languages, the concepts, categories, imagery of thought, and the systems of representation - which different classes and social groups deploy in order to make sense of, define, figure out and render intelligible the way society works. (a tradução está em GOMES, Itania 2000: 148)*

<sup>2</sup> *Reality exists outside language, but it is constantly mediated by and through language; and what we can know and say has to be produced in and through discourse. Discursive ‘knowledge’ is the product not of the transparent representation of the ‘real’ in language but the articulation of language on real relations and conditions.*



que é, já, a manifestação de uma classe ou grupo social. No entanto, Hall refere-se a discursos que “diferentes classes e grupos sociais *empregam*” (grifo nosso), o que significa que estes discursos não são nem necessariamente produzidos dentro destas classes ou grupos sociais, nem que eles sejam *reflexos* destas classes ou grupos sociais. Podemos, então, supor que qualquer discurso pode ser *empregado* por um grupo ou classe social.

É preciso, ainda, para compreender a natureza da ideologia, compreender como a ideologia é empregada pelos grupos sociais para configurar relações de poder com outros grupos sociais.

E a ideologia é empregada desta forma no ato de construção do sentido. É no momento em que um discurso se cruza com algo externo a ele, que esse discurso opera como ideologia, “fixando” o sentido deste algo externo a partir do seu próprio. Por exemplo, é um outro discurso que “fixa” o sentido da expressão “a coisa está preta” como negativa. A cor preta não tem um significado negativo dado, mas construído por um outro discurso, que vamos chamar simplesmente de ideologia.

Então, um discurso é ideologia quando “classes e grupos sociais [o] empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível o modo como a sociedade opera”, e opera como um quadro de referência que dá sentido aos demais discursos. Trata-se, então, de

(...) considerar a ideologia como um fenômeno discursivo ou semiótico. E isso é simultaneamente enfatizar sua materialidade (já que os signos são entidades materiais) e preservar o sentido de que ela diz respeito essencialmente a significados [à formação de sentidos]. (EAGLETON, 1997: 171)

É a esse modo semiótico de pensar a ideologia, cuja primeira teoria foi desenvolvida por Bahktin (Voloshinov) em *Marxismo e filosofia da linguagem*, que Pêcheux se refere quando trata do caráter material do sentido, que “consiste na sua dependência [do sentido] daquilo que chamamos ‘o todo complexo das formações

ideológicas’.”(PÊCHEUX, 1988: 160) Ou “*as palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam*, o que vale dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às *formações ideológicas* (...) nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos, então, *formação discursiva* aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, (...) determina *o que pode e deve ser dito* (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.)” (idem: 160 - grifos do autor)

Temos, então, que a formação de sentido acontece numa formação ideológica dada, que acreditamos poder traduzir em termos do “contexto estruturado” presente nos fenômenos culturais, como veremos adiante. Para Pêcheux, estas formações ideológicas, esses contextos, referem-se aos diferentes Aparelhos Ideológicos de Estado, da concepção de Althusser. Devemos abandonar a noção de que os Aparelhos Ideológicos sejam, necessariamente, de Estado, mas é útil reter a noção de que as diferentes formas de organização social (família, arte, política, igreja, etc.) possuem um caráter especializado (regional, nos termos de Pêcheux), ou seja, referem-se a um determinado aspecto da sociedade, e comportam posições de classe ou grupos sociais e que estas formas de organização da sociedade são, *também*, Aparelhos Ideológicos, ou seja, também configuram relações de poder no e pelo discurso.

Já as formações discursivas são os discursos empregados por diferentes classes e grupos sociais para dar sentido, ou seja, são aquilo que estamos chamando de ideologia. Observemos esta passagem de Pêcheux acerca da construção do sentido, com o cuidado de sabermos que ele está preocupado com a linguagem verbal, enquanto nós estamos tomando os processos de significação como um todo, verbais e não-verbais. De todo modo, acreditamos que o processo, em si, estrutura-se da mesma maneira:

(...) se uma mesma palavra, uma mesma expressão e uma mesma proposição podem receber sentidos

diferentes – todos igualmente ‘evidentes’ – conforme se refiram a esta ou aquela formação discursiva, é porque – vamos repetir – uma palavra, expressão ou uma proposição não tem um sentido que lhes seja ‘próprio’, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições mantêm com outras palavras, expressões ou proposições da mesma formação discursiva. De modo correlato, se se admite que as mesmas palavras, expressões e proposições mudam de sentido ao passar de uma formação discursiva a uma outra, é necessário admitir que palavras, expressões e proposições literalmente diferentes podem, no interior de uma formação discursiva dada, ‘ter o mesmo sentido’, o que – se estamos sendo bem compreendidos – representa, na verdade, a condição para que cada elemento (palavra, expressão ou proposição) seja dotado de sentido. A partir de então, a expressão processo discursivo passará a designar o sistema de relações de substituição, paráfrases, sinónimas, etc., que funcionam entre elementos linguísticos – ‘significantes’ – em uma formação discursiva dada. (Pêcheux, 1988, 161 – grifos do autor)

Podemos até arriscar uma “tradução” deste trecho de tal modo que se refira não apenas à linguagem verbal: se um mesmo objeto (tudo aquilo que pode se tornar signo) pode receber sentidos diferentes conforme se refira a esta ou àquela ideologia, é porque um objeto não tem um sentido que lhe seja próprio. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada ideologia. De modo correlato, objetos “literalmente diferentes” podem, no interior de uma determinada ideologia, “ter o mesmo sentido”, o que representa a condição para que cada objeto seja dotado de sentido (e se torne signo). A partir de então, processo discursivo passará a designar

o sistema de relações de substituição, metáforas, etc. que funcionam entre elementos significantes em uma ideologia dada.

O que é importante ressaltar é que nem todo discurso, nem toda formação simbólica é ideologia, mas somente o é quando serve para dar sentido a algo que lhe é externo, estabelecendo relações de poder – que são, de todo modo, inerentes ao funcionamento dos signos, mas que não são inerentes ao próprio objeto, como nos mostra Bakhtin:

Em si mesmo, um instrumento não possui um sentido preciso, mas apenas uma função: desempenhar este ou aquele papel na produção. E ele desempenha essa função sem refletir ou representar outra coisa. Todavia, um instrumento pode ser convertido em signo ideológico: é o caso, por exemplo, da foice e do martelo como emblema da União Soviética. (BAKHTIN (VOLOCHINOV), 1992: 31-2)

Temos, então, que “ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico” (idem: 32), porque o signo só pode existir por força da ideologia.

Lembremos que nenhum discurso traz, em si, o seu sentido, mas é sempre significado por um outro discurso que, num contexto determinado, opera como ideologia. É na escolha do discurso que vai operar como ideologia que atuam os interesses de classe ou grupo social que “empregam” a ideologia, para utilizarmos as palavras de Hall. É na definição de qual discurso irá determinar o sentido que se dá as relações de conflito no universo do simbólico, ou seja, é na configuração da formação discursiva, ou seja, daquilo que, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada determina “o que pode e deve ser dito” e determina o sentido possível dos discursos. Será, pois, no terreno dos fenômenos culturais, da cultura, que serão travadas as relações de conflito, de poder, de dominação – representadas em diferentes posições de valor -, por meio da mobilização das ideologias e dos processos de identificação.

Ao pensarmos “a ideologia a partir da linguagem, e não sociologicamente, podemos compreendê-la de maneira diferente. Não a tratamos como visão de mundo, nem como ocultamento da realidade, mas como mecanismo estruturante do processo de significação.” (ORLANDI, 1999: 96) Ou, como pergunta Hall, em tom de resposta: “O que é a ideologia se não é precisamente este tipo de trabalho de precisar o significado, estabelecendo, por meio da seleção e da combinação, uma cadeia de equivalências?” (HALL, 1998: 31)<sup>3</sup>

## 1.2 Ideologia, Cultura e Identidades Culturais

As formas simbólicas, conforme Thompson em sua obra “Ideologia e Cultura Moderna”, apresentam cinco características: intenção, convenção, estrutura, referência e contexto. Resumidamente, fazendo uma colagem do texto elaborado pelo autor, podemos dizer que as formas simbólicas “são expressões de um sujeito e para um sujeito (ou sujeitos)”, que na sua produção e interpretação “envolvem a aplicação de regras, códigos ou convenções de vários tipos” numa “estrutura articulada” que “tipicamente representam algo, referem-se a algo, dizem algo sobre alguma coisa” e “estão sempre inseridas em processos e contextos sócio-históricos específicos dentro dos quais e por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e percebidas” (THOMPSON, 1995: 183 – 193)

Este é um outro modo, mais amplo, de descrever aquilo que o mesmo autor chama de *fenômenos culturais*: “formas simbólicas em contextos estruturados” (idem: 181). Ora, se as formas simbólicas “estão sempre inseridas em processos e contextos sócio-históricos específicos dentro dos quais e por meio dos quais elas são produzidas, transmitidas e percebidas”, estamos falando da

---

<sup>3</sup> ¿qué es la ideología sino precisamente este tipo de trabajo de precisión del significado, estableciendo, por medio de la selección y la combinación, una cadena de equivalencias?

mesma coisa. Ou seja, toda forma simbólica é já um fenômeno cultural e, se há construção de sentido (necessária para que possamos falar em formas simbólicas), a ideologia está presente neste processo.

Mas, se os fenômenos são culturais, devemos admitir que a cultura também faz parte desse processo. E o que seria a cultura? A cultura é um discurso que articula as diferentes esferas destes “contextos estruturados”. O que significa dizer, a partir da concepção Gramsciana de sociedade como uma totalidade complexamente estruturada, com diferentes níveis de organização (o político, o econômico, o ideológico) que a cultura é “a esfera do sentido que unifica as esferas da produção (a economia) e das relações sociais (a política).” (GOMES, Itania 2000: 105)

No entanto, como afirma Hall, devemos ter em mente que a cultura não se reduz ao seu caráter textual, “... a cultura sempre trabalhará através destas textualidades – e, ao mesmo tempo, a textualidade nunca será suficiente” (HALL, 1996a: 271)<sup>4</sup>.

A cultura é um modo total de vida, um processo social global que constitui a visão de mundo de uma sociedade e de uma época, e que opera em sua forma discursiva, embora seja mais do que isso.

a cultura não é apenas um corpo de trabalho imaginativo e intelectual; é também e essencialmente todo um modo de vida. A base para uma distinção entre cultura burguesa e cultura da classe trabalhadora não está senão secundariamente no campo do trabalho imaginativo e intelectual...A base primária para a distinção deve ser buscada no modo total de vida e, ainda aí, não devemos limitar-nos a evidências tais como a forma de morar, a maneira de vestir ou de aproveitar o lazer. A produção industrial tende a impor uniformidade nesses campos. A distinção vital se

---

<sup>4</sup> ... culture will always work through its textualities – and at the same time that textuality is never enough

coloca em nível diferente. O elemento básico da distinção na vida inglesa, a partir da Revolução Industrial, não é a língua, nem a vestimenta, nem o lazer – pois tudo isso tende, indubitavelmente, para a uniformidade. A distinção crucial está em formas alternativas de se conceber a natureza da relação social” (WILLIAMS, 1969: 333)

e,

... a cultura é (...) a esfera na qual se naturalizam e se representam as desigualdades sociais (...). Mas ao mesmo tempo, cultura é também o meio através do qual os diferentes grupos subordinados vivem e opõem resistência a essa subordinação. Assim, a cultura é o terreno onde se desenvolve a luta pela hegemonia. Em outros termos, cultura, na acepção dos Estudos Culturais, é “a produção e reprodução sociais de sentido, significado e consciência” (O’SULLIVAN et alli.1997:87). (GOMES,Itania 2000: 102)

Temos, então, que a Cultura é uma estrutura complexa, todo um modo de vida que articula diferentes esferas da sociedade (o econômico e o político) na e pela linguagem, naturalizando e representando as desigualdades sociais, concebendo a natureza da relação social. O que significa afirmar que toda cultura refere-se a uma dada sociedade, e é, portanto, histórica e diversa. Grupos sociais diferentes são formados por e conformam culturas diversas.

Trata-se daquilo que Thompson chamou de concepção estrutural da cultura, isto é “uma concepção que dê ênfase *tanto* ao caráter simbólico dos fenômenos culturais *como* ao fato de tais fenômenos estarem sempre inseridos em contextos sociais estruturados.” (THOMPSON, 1995: 181)

O conceito de *contexto social estruturado* em Thompson é construído com a preocupação de ser um instrumento útil para

pensar como são estabelecidas as relações de poder entre os diferentes agentes e quais recursos estes agentes mobilizam para o exercício do poder, que é compreendido como a capacidade de agir na busca de seus próprios objetivos e interesses. Participam do contexto social as *situações espaço-temporais*; os *campos de interação*, conceito tomado emprestado a Bourdieu e que se refere à distribuição dos diferentes capitais – simbólico, econômico etc – entre os agentes e às regras e convenções do campo; as *instituições sociais*, que são conjuntos relativamente estáveis de regras, recursos e relações presentes em instituições específicas (embora as instituições sociais sejam parte integrante dos campos, eles não são coincidentes, isto porque há ações e interações que ocorrem dentro do campo mas fora de instituições sociais específicas – um encontro casual, por exemplo) e as *estruturas sociais*, que são assimetrias e diferenças relativamente estáveis presentes nos campos e instituições sociais. (Cf. THOMPSON, 1995: 195-199)

Podemos então afirmar que as diversas culturas abrigam conflitos internos (resultado das desigualdades e assimetrias nelas representadas) e participam de conflitos com outras culturas.

Nestes conflitos estão implicados *processos de valorização* que estão presentes tanto na esfera da produção quanto da recepção das formas simbólicas. Esses processos comumente se apresentam em situação de conflito.

Tais conflitos sempre têm lugar dentro de um contexto social estruturado que se caracteriza por assimetrias e diferenças de vários tipos. Assim, as valorizações simbólicas oferecidas por diferentes indivíduos [ou grupos sociais] que estão diferencialmente situados são, raras vezes, de mesmo status. Algumas valorizações levam um maior peso do que outras em função do indivíduo que as oferece e da posição da qual fala; e alguns indivíduos [ou grupos sociais] estão em uma melhor posição do que outros para oferecer valorizações e, se for o caso, impô-las. (THOMPSON, 1995: 204)



As identidades culturais, por sua vez, participam desses processos de valorização articulando os fenômenos culturais classificando-os como pertencentes ou não a uma determinada identidade e posicionando os indivíduos e grupos sociais nos contextos sociais pelo processo da identificação.

A identidade não é um discurso que busca, como a ideologia, “dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível o modo como a sociedade opera” (HALL, 1996b: 148), mas um discurso que classifica a realidade determinando o que está dentro e o que está fora da identidade e é “mais o produto da marcação da diferença e da exclusão do que o signo de uma unidade idêntica” (HALL, 2000: 109). Podemos dizer que o discurso das ideologias é explicativo, buscando responder “como o mundo funciona”, e o das identidades, classificatório: “quem/o quê sou eu e quem/o quê é o outro”; e as identidades culturais são “aqueles aspectos de nossas identidades que surgem de nosso “pertencimento” a culturas étnicas, lingüísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais.” (HALL, 1997a: 8)

Ao classificar os fenômenos culturais, as identidades não apenas buscam determinar o que está incluído e o que não, mas também estabelece relações de poder entre o Eu e o Outro (por meio de processos de valorização), uma vez que a identidade só pode ser definida em contraposição àquilo que não é, estabelecendo posições de valor entre o que pertence e o que não pertence a uma determinada identidade, entre o Eu e Outro.

Não se trata de afirmar que a construção das identidades dê-se sempre pela valorização do Eu frente ao Outro, mas que ao afirmar as diferenças necessariamente são estabelecidos critérios de valor. Num exemplo simplificado, podemos falar em identidades masculinas e femininas e afirmar que uma constitui o Outro da outra que lhe é, por assim dizer, oposta, mas não podemos afirmar que ambas as identidades tomam a si próprias como a mais valorizada. Pelo menos não podemos afirmar isso em qualquer contexto cultural, em qualquer contexto ideológico.

Isso porque são as ideologias (as formações discursivas em

Pêcheux) que conformam as identidades, e as ideologias referem-se ao contexto social em que estão inscritas (as formações ideológicas em Pêcheux). As ideologias são “aquilo que, numa formação ideológica dada [contexto social], isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, (...) determina *o que pode e deve ser dito*”. (PÊCHEUX, 1988: 160 – grifo do autor)

Ou seja, as ideologias determinam o que pode ou não ser “dito” pelas identidades, que identidades podem ser formadas e que posições de poder podem ser assumidas pelas identidades em uma determinada conjuntura, em uma determinada cultura (uma dada forma como se articulam os fenômenos simbólicos nos contextos sociais estruturados).

Cada grupo dispõe da ideologia que convém ao papel que ele deve preencher na sociedade de classe: papel de explorado (a consciência ‘profissional’, ‘moral’, ‘cívica’, ‘nacional’ e apolítica altamente ‘desenvolvida’); papel de agente da exploração (saber comandar e dirigir-se aos operários: as ‘relações humanas’), de agentes da repressão (saber comandar, fazer-se obedecer ‘sem discussão’, ou saber manipular a demagogia da retórica dos dirigentes políticos) ou de profissionais da ideologia (saber tratar as consciências com o respeito, ou seja, o desprezo, a chantagem, a demagogia que convém, com as ênfases na Moral, na Virtude, na ‘Transcendência’, na Nação, no papel da França no mundo, etc.) (ALTHUSSER, 1983: 79-80)

Podemos interpretar Althusser e afirmar que cada um dispõe da *identidade* que convém ao papel que ele deve preencher na conjuntura da sociedade de classe, de acordo com a ideologia desta sociedade que determina o que ele pode ser e que posição ele deve assumir. Ou:

O mesmo processo – a produção e o mercado capitalista – pode ser expresso dentro de diferentes qua-

dros ideológicos, usando diferentes ‘sistemas de representação’. Há o discurso ‘dos circuitos’: cada um produz diferentes definições do sistema. Cada um também nos localiza de forma diversa – como operário, capitalista, trabalhador assalariado, escravo assalariado [?], produtor, consumidor etc. Cada um nos localiza como atores sociais ou como membros de um grupo social numa determinada relação com o processo e nos prescreve uma certa identidade social. As categorias ideológicas em uso, em outras palavras, nos posicionam em relação à narrativa do processo tal como representado no discurso. (HALL, 1996b: 40 – grifos do autor)<sup>5</sup>

Podemos entender assim: O mesmo processo – a produção capitalista e o mercado – é expresso por meio de um dado discurso ideológico que se refere a uma dada cultura (a um certo modo de vida, a um certo modo de conceber as relações sociais), naturalizando e configurando as assimetrias de poder e nos situando como diferentes atores sociais ou como membros de determinados grupos sociais que mantêm uma particular relação com o processo (como trabalhador, capitalista, consumidor, etc.) e nos enquadrando numa certa identidade (somos isso e não aquilo) que nos posiciona em relação ao processo.

Devemos lembrar ainda que, acerca das identidades, é preciso que pensemos o processo de identificação, uma vez que não basta que as identidades estejam lá, enquadrando e convocando o sujeito a assumir uma dada posição-de-sujeito, mas é preciso que o

---

<sup>5</sup>The same process – capitalist production and exchange – can be expressed within a different ideological framework, by use of different ‘systems of representation’. There is the discourse of ‘the circuits’: each produces a different definition of the system. Each also locates us differently – as worker, capitalist, wage worker, wage slave, producer, consumer, etc. Each thus *situates us* as social actors or as a member of a social group in a particular relation to the process and prescribes certain social identities for us. The ideological categories in use, in other words, *position us* in relation to the account of the process as depicted in the discourse.

sujeito invista naquela posição, que haja uma identificação do sujeito em relação à identidade, o que deve ser pensado como uma articulação, e não como um processo unilateral. (cf. Hall, 2000: 112)

A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o ‘interior’ e o ‘exterior’ – entre o mundo pessoal e o mundo público. O fato de que projetamos a ‘nós mesmos’ nessas identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando-os ‘parte de nós’, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. A identidade, então, costura (ou, para usar uma metáfora médica, ‘sutura’) o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos unificados e predizíveis. (HALL, 1997a: 12)

Por fim, convém ressaltar que as identidades não são fixas, essenciais ou permanentes, mas são formadas e transformadas “continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (idem: 13)

Isso porque um conceito de identidade que se afasta das concepções essencialistas – uma visão que concebe as identidades culturais como “os pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e da história” (HALL, 1996c:?), uma visão que conceba a identidade não como essência, mas como posicionamento, pressupõe aceitar que também qualquer descrição de uma identidade é parcial, e reflete um dado posicionamento no tecido social. É nesse sentido que vemos as identidades culturais como um campo de disputas de poder. Toda identidade busca ser hegemônica, traz em si um projeto, um desejo de hegemonia ao organizar as relações sociais de uma determinada forma. O que significa dizer que

o que vamos fazer é buscar descrever e analisar um determinado discurso de identidade presente na sociedade capixaba, o que não encerra o debate acerca da identidade capixaba mas, muito pelo contrário, tem a intenção de abri-lo a novas perspectivas.

Devemos admitir, de todo modo, que os discursos de identidade são discursos que, embora constantemente perturbados pela diferença, procuram um fechamento, uma ilusão de verdade, de essência, um centro ao qual tudo possa ser referido e ao qual possamos apontar como causa principal.

Devemos ter também em mente que as identidades formam-se, necessariamente, em oposição ao Outro, que uma identidade só pode ser afirmada na sua relação com a alteridade e que as identidades procuram um fechamento especialmente quando em situações de enfrentamento com o Outro, como afirma Hall ao – comentando os impactos das crescentes trocas culturais resultantes do processo de globalização – descrever a existência de

(...) fortes tentativas para se reconstruírem identidades purificadas, para se restaurar a coesão, o ‘fechamento’ e a Tradição, frente ao hibridismo e à diversidade. Dois exemplos são o ressurgimento do nacionalismo na Europa Oriental e o crescimento do fundamentalismo. (HALL, 1997a: 101)

Mas a globalização não resulta apenas, nem necessariamente, no fechamento das identidades, mas provoca também “o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e ‘fechadas’ de uma cultura nacional” (idem: 94)

De todo modo, o que é mais importante ressaltar é o caráter instável das identidades, o seu não essencialismo e a sua historicidade. É fundamental guardarmos atenção ao caráter político das identidades, àquilo que podemos descrever como políticas de representação das identidades, um jogo de efeitos de sentido que constroem e reconstroem relações de poder por meio da articulação de discursos que posicionam as diferentes identidades.

Uma reação de fechamento de uma identidade que está sofrendo um processo de descentramento em razão do contato com outras culturas e identidades não é um processo de forma alguma descolado da realidade social e histórica, mas uma busca por uma forma de representação da identidade que reconstrua/mantenha um espaço privilegiado de poder:

O fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros dos grupos étnicos dominantes que se sentem ameaçados pela presença de outras culturas. (HALL, 1997a: 91)

### **1.3 Cultura, identidades culturais e discurso**

Podemos, agora, considerar resumidamente acerca das articulações entre cultura, identidades e sociedade, que o conjunto das relações sociais estão organizadas discursivamente naquilo que Thompson chamou de contexto social articulado, no qual estão inseridos os fenômenos culturais (que têm também um caráter simbólico) que, por sua vez, se referem à cultura, sendo esta um modo total de vida que articula diferentes esferas da sociedade naturalizando e representando as assimetrias presentes no contexto social estruturado. E que as identidades culturais são discursos que classificam os fenômenos culturais como pertencentes ou não a uma determinada identidade, construindo na articulação entre esse processo e as culturas posições de valor, e de poder, assimétricas entre as diferentes identidades, entre o Eu e Outro.

A atribuição de valor a determinada posição do Sujeito se dá na articulação entre identidades e culturas porque não basta que uma determinada identidade, a masculina, por exemplo, afirme que a razão é uma característica masculina e que a sensibilidade é uma característica feminina para afirmar a supremacia daquela sobre esta. O processo de formação da identidade não cria, em si,

uma posição de valor do sujeito. É na articulação destas identidades numa determinada sociedade, como as sociedades machistas/patriarcais modernas, por exemplo, que acontece a valorização do homem e da razão em detrimento da mulher e da sensibilidade.

Convém ressaltar ainda que a ideologia é aqui compreendida como um discurso que é ativado pelos diferentes grupos sociais e busca dar sentido e tornar inteligível o modo como a sociedade opera, e participa dos diversos processos discursivos “fixando” o sentido dos diferentes discursos e determinando as posições de sujeito, as identidades que podem ser formadas, as relações de assimetria entre elas numa determinada cultura, e que se refere a um determinado contexto social estruturado.

Por fim queremos destacar que é por meio das diferentes *posições de valor* atribuídas na articulação entre as identidades e as culturas que os conflitos são estabelecidos, no e pelo discurso, com o objetivo de perenizar ou modificar as relações de poder presentes na sociedade.

No próximo capítulo, vamos buscar compreender como a identidade capixaba é posicionada pela cultura capixaba para em seguida verificar como esta identidade está representada e posicionada no discurso da imprensa escrita capixaba.





## Capítulo 2

# Da existência do Capixaba

Neste capítulo faremos uma reflexão acerca da identidade cultural capixaba<sup>1</sup>, buscando afirmar a sua existência cotidiana, expressa em hábitos e costumes que formam um modo de ser do capixaba. Também buscaremos relacionar essa identidade cultural com o contexto mais geral da cultura capixaba, buscando compreender de que forma esta identidade capixaba está posicionada socialmente em relação ao Outro.

Dedicar todo um capítulo a este tema tem o objetivo de fornecer uma visão mais ampla do contexto no qual são produzidas as notícias na imprensa local, contribuindo assim para a análise do discurso jornalístico que empreenderemos mais a frente com a finalidade de explicitar representações presentes dessa identidade capixaba nos jornais. Isto porque, ao analisar o discurso jorna-

---

<sup>1</sup> Embora o termo capixaba designe, hoje, o morador do Espírito Santo, não buscaremos explorar a identidade cultural de todo o Estado, mas a forma pela qual ela se configurou na sua capital, Vitória. Duas são as razões que levam a esta escolha: de um lado, a diversidade cultural do Espírito Santo é enorme, reunindo municípios profundamente marcados por levadas migratórias italianas ou alemãs e outros cuja história está mais vinculada ao tráfico negreiro e a constituição de quilombos; por outro lado, como o nosso estudo será realizado em jornais produzidos no ambiente cultural do município de Vitória, é razoável supor que, mesmo que em alguma medida eles reflitam também questões relativas a todo o Estado, o fazem sob a ótica da capital.

lístico, precisamos relacionar o texto produzido no interior das empresas jornalísticas com o contexto em que esse texto é produzido.

Outra razão que nos leva a dedicar um longo espaço para este tema é o fato de que os discursos presentes na sociedade capixaba acerca da identidade cultural do capixaba são, para dizer o mínimo, marcados por uma grande ambigüidade. São discursos que reclamam a afirmação de uma identidade, reclamam a sua própria construção, como se essa afirmação fosse o resultado de um ato intencional do autor do discurso e não o resultado de um extenso conjunto de práticas sociais (que são também práticas discursivas). São discursos que fazem eco a incertezas e frustrações que fazem parte da vivência desta identidade, uma identidade, quando muito, que está por ser construída, como afirma o antropólogo holandês Geert Banck, que dedicou boa parte dos últimos trinta anos a estudar o Espírito Santo e sua sociedade:

Não precisamos usar o ufanismo retórico fácil para dizer que o Espírito Santo tem tudo para construir uma memória coletiva, uma identidade cultural própria. Estudos históricos e sociais são fundamentais nesse esforço. (BANCK, 1998: 17)

Deve-se, acerca desta afirmação, objetar que, sendo a cultura “um modo total de vida” e que se referindo as identidades a uma dada cultura, não é necessário que essa mesma identidade tenha sido construída intelectualmente para que produza efeitos sociais. É este inclusive um pressuposto deste trabalho, uma vez que, se admitíssemos como necessário que as identidades dependessem de um esforço objetivo para que produzisse efeitos e que tal esforço não fôra ainda empreendido no caso da identidade cultural capixaba, nada haveria que pudéssemos encontrar representado nos textos jornalísticos, além, talvez, desse esforço.

Mas há. Há representações do capixaba construídos no interior do discurso jornalístico. Embora as identidades não dependam de “um esforço objetivo” para produzir efeitos, os trabalhos

de representação, entre eles o do jornalismo, produzem efeitos. Precisamos estar atentos a

(...) certas coisas acerca da natureza essencial e política da representação, sobre suas complexidades, sobre os efeitos da linguagem, sobre a textualidade como um lugar de vida ou morte. (HALL, 1996a: 273)<sup>2</sup>

Trata-se de reconhecer as relações entre discurso, representação e poder. Os discursos constroem representações (e posições de poder) que têm efeitos reais:

Assim, tanto pode ser verdadeiro ou não que a presença de apenas um dos pais numa casa conduza inevitavelmente à delinquência e ao crime. Mas se todos acreditarem que assim é, e punirem pais ou mães solteiros em função disso, as conseqüências serão reais tanto para os pais como para as crianças e tornarão ‘verdadeira’ a afirmação em face de seus efeitos reais, ainda que de nenhuma forma ela tenha sido provada conclusivamente.(HALL, 1997c: 49)<sup>3</sup>

Do mesmo modo, não importa que não se possa falar de uma identidade capixaba, una e estável. Se todos, ou muitos, acreditarem nesta identidade, ela surtirá efeitos reais. Reside aí, nos efeitos reais das práticas de representação, dos discursos, a importância dos jogos de representação, por serem nesses jogos que são constituídas as identidades.

<sup>2</sup> (...) certain things about the constitutive and political nature of representation itself, about its complexities, about the effects of language, about textuality as a site of life and death.

<sup>3</sup> Thus, it may or may not be true that single parenting inevitably leads to delinquency and crime. But if everyone believes it to be so, and punishes single parents accordingly, this has real consequences for both parents and children and will become ‘true’ in terms of its real effects, even if in some absolute sense it has never been conclusively proven.

## 2.1 O Capixaba

Agora, buscaremos traçar um rascunho de uma identidade cultural capixaba que não está explicitada na forma de um discurso organizado ao qual possamos facilmente recorrer, mas que está inscrita no cotidiano. Essa identidade não é formada por interrogações e incertezas, mas é simplesmente vivida.

Um capixaba cotidiano, vivo, que não está acometido de uma neurose identitária, prisioneiro da dúvida da sua própria existência. Um capixaba que possui, como seus, uma série de hábitos e costumes que, independente de serem originariamente seus (será que é possível delimitar a origem definitiva de alguma coisa?), são tomados como seus, como capixabas. Assim é, por exemplo, com a alimentação.

À exceção dos pratos tidos como típicos – a moqueca e a torta capixaba -, que são pratos de festa, alimentos a serem degustados em datas especiais: como a torta capixaba que praticamente só é comida na Semana Santa, ou a moqueca num ocasional almoço de domingo com a família; a alimentação do capixaba, ao contrário do que faria supor a geografia, pouco tem de alimentos provenientes do mar.

Renato Pacheco assim descreveu a alimentação cotidiana de uma família capixaba nos anos 30:

[o dia começava com] o simples café com leite e pão e manteiga da manhã (margarina era considerado produto de segunda) até o almoço, precedido, às vezes, de ‘aperitivo’ pelo chefe da família, em geral cachaça, e que constava de feijão, arroz, bife, ovos fritos ou cozidos, pouquíssima verdura e de sobremesa goiabada ou doces caseiros com queijo Minas e banana da terra assada, frita ou cozida, ou frutas da estação. À tarde havia a merenda, pondo-se a mesa, com café, pão fresquinho e biscoitos. À noite, o jantar repetia o almoço (...)

Aos domingos havia também macarronada e galinha morta e depenada em casa: era o jantarado. Também era o dia das bebidas: guaraná Antarctica, Brahma e Poranga, cerveja Teotônia ou Cascatinha e/ou vinho Único e Capelinha (nacionais) e mais raramente Chianti, Grandjô, Alvarelhão, Madeira (estrangeiros).

Nas grandes festas faziam-se feijoadas, cozidos e moquecas e na Semana Santa a famosa e única Torta Capixaba (PACHECO, 1998: 27-8)

Posso dar testemunho que, até o fim dos anos 70, essa era a rotina alimentar de uma família capixaba. Na minha casa e nas dos vizinhos, a rotina era a mesma. Mesmo hoje, apesar das alterações impostas pela vida moderna – como a de comer fora de casa diariamente – a base da alimentação continua bastante parecida. Nos restaurantes a quilo, os pratos geralmente seguem a combinação descrita, com o acréscimo da batata-frita. A merenda, ou lanche da tarde, se não é mais feito em casa é comum observar-se a parada no trabalho – ainda hoje as padarias mantêm a tradição de tirar uma fornada durante a tarde.

Apesar de desde aquela época o consumo de carne ser bastante superior ao de peixe – “consumiam-se (...) 3.360 kg diários de carne verde e 680 kg de peixe” (idem, 28) – hoje a presença do churrasco nos momentos festivos é, certamente superior a da feijoada e possivelmente mais comum que a própria moqueca. Em Vitória, diversos açougues oferecem os serviços de churrasqueiros e no bairro da Praia do Suá, onde fica a mais importante colônia de pescadores da capital, desenvolveu-se uma forma peculiar de comércio: três importantes bares da região, próximos um dos outros e não por acaso vizinhos de dois açougues, oferecem a seus consumidores churrasqueiras com carvão e tudo o mais que for

necessário para que os frequentadores assem a sua própria carne, sem qualquer custo adicional.

Outro traço marcante entre os capixabas é o gosto pela troça, pela brincadeira e pelos apelidos. Fazendo uma descrição de Vitória nos anos 50, o historiador Luiz Guilherme Santos Neves faz referência a esse hábito:

passava-se da Costa Pereira para a Jerônimo Monteiro. A avenida começava em frente ao cine Glória e estendia-se até a Praça Oito, onde se formava a opinião pública e impublicável da cidade. Ali, como instituição da terra, também se cultivava a enxova (gozação) ... (SANTOS NEVES, 1993: 58)

Uma história – se verdadeira ou não pouco importa - , reproduzida pelo escritor Marien Calixte, é exemplar ao descrever o hábito do capixaba em apelidar:

Um viajante carioca apostou que sairia daqui incólume. Durante dois dias espiava pela janela do antigo hotel Canaã, sem por os pés na rua. Quando pegou as malas para embarcar num táxi, na Costa Pereira, convencido de seu sucesso, alguém gritou-lhe: ‘Boa viagem, Cuco!’ . Perdeu a aposta e desapareceu. (CALIXTE, 1993: 72)

Outro caso exemplar foi o episódio das desavenças entre Pe-roás e Caramurus que, recentemente, em fins de 1998, durante as eleições para a mesa diretora da Câmara dos Vereadores, foi reavivado quando o grupo de oposição se auto denominou manjuba, um peixe pequeno, em comparação com as forças governistas. Na época, em resposta à “modéstia” de um dos vereadores de oposição, um importante líder político replicou que ele, o vereador, não seria uma manjuba, mas um badejo, peixe nobre e de grande valor. Como resultado, esse vereador, representante dos pescadores da Praia do Suá, até hoje é conhecido como Badejão.

(...) duas facções religiosas e rivais, em que se dividia, no século XIX, a cidade de Vitória, na devoção a São Benedito. Os peroás, de cor azul, tiravam a denominação do nome do peixe assim chamado (...). Os caramurus, do peixe de igual nome, de cor verde (...). As duas denominações nasceram com sentido pejorativo numa alusão ao pouco valor dos dois peixes, mas acabaram assumidas com orgulho por ambos os lados. (...) a rivalidade entre peroás e caramurus, que chegou a adquirir conotação política, agitava a vida social de Vitória, empolgando os partidários das duas hostes. (...) [a rivalidade] chegou a momentos de picardia: segundo Maria Stella Novaes, as mulheres caramurus usavam chinelas de cor azul (cor dos Peroás) para pisoteá-las simbolicamente; as peroás davam o troco, calçando chinelas verdes. (PACHECO e SANTOS NEVES, 1994: 103-4)

Uma certa modéstia, uma timidez habitual, é outro traço característico do capixaba. Ou, como afirmou o cronista capixaba José Carlos Oliveira: “O Capixaba é antes de tudo um fraco. No bom sentido: sentimental, modesto, deslumbrado por tudo que vem de fora.” (OLIVEIRA, 1992)

Esse capixaba popular, cotidiano, é assim. A ele o mundo moderno preocupa se pode perturbar a sua tranquilidade. Não por acaso, um dos mais conhecidos serviços oferecidos pela Prefeitura de Vitória está voltado para o controle da poluição sonora, o Disque-silêncio, como foi batizado, e consiste num atendimento 24 horas de reclamações de moradores contra bares, obras, igrejas e o que mais estiver incomodando com o seu barulho.

Ou, como resumiu o Conselho Editorial<sup>4</sup> da Coleção Escritos de Vitória, na orelha de seu primeiro volume, onde estão publica-

<sup>4</sup> Do Conselho Editorial faziam parte os escritores Adilson Vilaça, Pedro J. Nunes e Sérgio Blank; a produtora cultural Luciana Vellozo Santos e o autor.

das, entre outras, as crônicas de Marien Calixte e Luiz Guilherme citadas acima:

O *Manifesto Provinciano*, antevisto por Debson Afonso dois anos atrás em outra publicação de crônicas comemorativas do aniversário de Vitória, parece esperar mesmo só por uma redação final, em tópicos.

Somos província, sim senhor, e muito obrigado. É esta a lição dos escritores da Cidade, palavras de uma Vitória que não vai voltar, mas teima em não abrir o caminho para uma metrópole que não seja ‘um canteiro para sementeira de devaneios’, como definiu José Costa. (PMV, 1993)

Resumindo, o capixaba é, antes de tudo, um provinciano. No bom sentido: tem gosto pelo que é seu, pelo pequeno grupo, pela família, pelo compadrio. É um povo formado por sucessivas levadas de imigrantes e migrantes: no Espírito Santo tem de tudo – polonês, japonês, italianos sobretudo, alemães, cearenses, alagoanos (um dos mais importantes morros de Vitória é o Morro do Alagoano), baianos, mineiros, etc. – e são todos capixabas, todos companheiros de jornada em seus grupos. Tudo é tomado capixaba, se não é, é como se fosse. O capixaba gosta da novidade, é “deslumbrado por tudo que vem de fora”, presta atenção ao que é diferente. Do mesmo jeito que desperta atenção o forasteiro numa pequena cidade, onde todo mundo se conhece. Mas a novidade, depois de contumaz, perde a graça, vira cotidiano, recebe um apelido e passa a fazer parte do capixaba. Bebe da água da Fonte da Capixaba, e “quem bebe da sua água não mais se afasta do Espírito Santo.” (NOVAES, 1968: 32).

O Espírito Santo, e Vitória, para o capixaba, são o centro do mundo. Como está explícito neste trecho de uma entrevista do escritor Renato Pacheco:

(...) estou imbuído do mesmo projeto, que é "o Espírito Santo em primeiro lugar". O Brasil em se-



gundo. O Brasil entra porque o Espírito Santo é Brasil. Eu tenho um romance, chamado O senhor Curtis morto, baseado em Conrad. Esse romance, inspirado um pouco em Saramago também, tira o Espírito Santo daqui e o coloca no meio do Atlântico, entre o Brasil e a África. E ele se torna uma colônia de Portugal até 1985 e esse Curtis é quem faz a independência da Santa Maria do Atlântico, capital Vitória, na ilha de Vitória. O que fica aqui, então? Fica o Golfo do Espírito Santo, que o Brasil não tem golfo e tem uma vergonha danada disso. E o que acontece? O Porto de Tubarão vai lá para Aimorés, para grande satisfação dos mineiros. E a vida do Espírito Santo passa a ser toda lá na Santa Maria do Atlântico, com todos os rios (São Mateus, Itapemirim, Jucu), mas tudo lá, no meio do Atlântico, fora do Brasil. (Revista Você, n 50, out 1987)

Para o capixaba, o seu mundo é tão próprio, tão exclusivamente seu que a geografia da cidade é redesenhada pelos seus moradores, dando origem a um modo de reconhecer a cidade que não faz sentido para aquele que lhe é estrangeiro. O nome das ruas, à exceção das grandes avenidas, não é conhecido – mesmo as grandes avenidas tem apelidos: Reta da Penha, Beira Mar, Reta do Aeroporto; as pontes também: cinco pontes, ponte da passagem, segunda ponte (que, como a obra demorava, foi ponte do gato, porque não entrava n'água e ponte do pato, porque não saía), terceira ponte. Ou como afirmou o jornalista Pedro Maia, observação que ficou registrada pela pena do repórter Octávio Ribeiro no n° 2 da revista Isto é, em 1976:

Comecei a me interessar por Pedro Maia e por Vitória quando ele me definiu a cidade: "Isso aqui é a terra das contradições. Tem uma praia chamada Comprida que é a mais curta do lugar. O cidadão conhecido por Tristão foi rei Momo durante muitos

anos. A família Lírio é composta só de pretos..."(disponível em <http://www.capixabaon.com.br/enciclopedia/pedromaia/index.htm>, capturada em 09/07/2001)

Outro aspecto que vale a pena ressaltar, acerca das características de identidade do capixaba, é que ele é um habitante de bares. Não de botequins ou de restaurantes, mas de bares. Para aclarar essa afirmação, e mostrar a sua relação com a identidade capixaba, vamos partir de uma classificação simples destas três categorias. Restaurante é lugar em que se vai para comer – almoço ou jantar, nada de quitutes e salgadinhos, comer de garfo e faca. Ao botequim, vai-se para beber – comida lá é tira-gosto, sua função é acompanhar a bebida e preparar o estômago para a dose de álcool – bebe-se em pé, sem lugares marcados e sem garçom, quando o botequim é bom e você, cliente, é pedir licença e enfiar a mão no freezer. O bar é o botequim organizado, com mesas e garçons – a comida também é tira-gosto, mas vem em porções e às vezes até com talheres para comer – o espaço está dividido, minha mesa, sua mesa. Se o bar ainda traz alguma coisa da democracia do botequim, e se afasta da formalidade dos restaurantes, o encontro é menos casual, está cada um no seu lugar e, muitas vezes, cada um no seu bar, que bar é uma categoria elástica, do mesmo modo que há restaurantes de comida a quilo e restaurantes à lá carte, e há os de cozinha internacional e típica, por exemplo: há os bares com e sem música, com e sem música ao vivo, claros e escuros, grandes e pequenos, de calçada ou fechados. Mas o bar é, sempre, no fundo, um botequim organizado.

Em Vitória, as gerações podem ser reconhecidas pelo bar que frequentaram:

Seja de ‘filhos do Britz’ para ‘filhos do Adega’ o  
bastão vai passando de mão, de geração para geração.  
É o nome próprio que assinamos quando atingimos

uma maturidade não cronológica. É a assinatura, a identidade (LIMA, 1995: 84)<sup>5</sup>

E porque para o capixaba o lugar de encontro é o bar, e não o botequim ou restaurante? Ou outro lugar qualquer? Primeiro, é o bar porque o capixaba gosta de festa, de confraternização, de cerveja e conversa – e gosta especialmente de conversa. Não é muito de dançar, que isso é coisa que aos tímidos não agrada.

Em segundo lugar, o capixaba prefere bar ao botequim porque é mais íntimo, mais recatado, afeito a grupos fechados. No bar a convivência pode dar-se apenas com os que pertencem ao mesmo grupo, no bar o capixaba pode sentar-se apenas com os seus. Mesmo que não seja apenas assim que as coisas aconteçam, é assim que elas são recordadas e significadas, como já reclamava o escritor Fernando Tatagiba, ao descrever a forma como foram representados pelos escritores:

os bares legendários (Avenida, Globo, Santos, Central, Estrela, Elite, Café Praça Oito, Lanchonete Rio Doce) que serviram apenas para que alguns autores relatassem um encontro formal com os amigos (e os freqüentadores comuns que por ali deliravam, os seres parados nas portas, os boêmios, em que garrafa ficaram embutidos?); a Praça Oito, a Costa Pereira, o Parque Moscoso foram apenas superficialmente mencionados, deixando esquecidos os personagens de baixa-renda, porque não seria de ‘bom tom’ citá-los, numa ilha que sempre foi uma festa cercada de colunas sociais por todos os lados ... (TATAGIBA, 1986: 14)

Isto numa sociedade alimentada “pela lógica das colunas sociais, das relações familiares e de compadrio” (VASCONCELLOS, 1993: 24).

---

<sup>5</sup> Britz e Adega foram bares símbolos de duas épocas. O primeiro nas décadas de 60 e 70, o segundo entre os anos 80 e 90.



É representativa desta imagem, do bar como lugar em que podemos ser ilhas em público, a aquarela do artista plástico Wagner Veiga que ilustra a capa do volume 8 da coleção Escritos de Vitória, que tem por tema Bares, Botequins etc. Nela, cada um dos personagens em cena está isolado, nenhum dos olhares se cruza e apenas um, da moça sentada à mesa do lado direito, está voltado para outro personagem que, no entanto, não lhe volta o olhar.

Porque, então, se podemos falar de traços identitários capixabas, constituídos e vividos cotidianamente pelos capixabas, e que representam o capixaba como um sujeito provinciano, tímido, voltado para pequenos grupos, sem ousadia, desejoso de que o futuro esperançoso não seja para já, a identidade capixaba é “vívuda as mais das vezes com muitas interrogações, com muitas incertezas”, como afirmou Banck, ou simplesmente negada:

O temperamento do capixaba é muito fechado. Ele não tem uma extroversão como a dos mineiros, paulistas e cariocas. Uma extroversão que é necessária para você constituir uma identidade cultural. A gente configura esse fechamento naquela metáfora de que aqui é como uma lata cheia de caranguejos. Um

quer sair da lata e outro puxa. (GAMA FILHO, OSCAR.)

Para compreender porque, ao mesmo tempo, afirmamos e negamos a existência da identidade capixaba, será necessário que tracemos um quadro que aclare como, na articulação da identidade com a cultura capixaba, a primeira é posicionada, que posição de valor é a ela atribuída.

Para isso buscaremos compreender como, a partir de como recontamos o nosso passado e imaginamos o nosso futuro, a identidade capixaba é posicionada encerrando uma impossibilidade, uma condenação ao atraso, e que a presença, sempre revivida deste mito, estabelece, hoje, uma tensão insolúvel entre modernidade e província. Desejamos a modernidade que nos é impossível, por que fomos condenados ao atraso, condenados a sermos provincianos. Se hoje a idéia de Província surge, às vezes, como idealização do passado, como nostalgia, isso acontece porque há um desejo de resolver o problema da impossibilidade de sermos modernos – devemos então aceitar a província como valor positivo –, no entanto essa província que surge da nostalgia não é mais que um passado idealizado e, portanto, também inacessível, e o ser provinciano com que nos defrontamos diariamente continua a ser visto como negativo. Desse modo, estabelecemos no “centro” do nosso discurso de identidade uma dupla impossibilidade: não podemos ser modernos (porque fomos condenados a ser provincianos) e não podemos viver na Província idealizada (porque já somos um pouco modernos). De todo modo, o bom é sempre o Outro: ou o Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Nova York, ou a Vitória idealizada da nostalgia. A identidade capixaba é, então, vivida como um devir, um vir-a-ser que não se realiza jamais, ou como algo fora do mundo, deslocado. É esta ao nosso ver a interrogação a que se refere Banck, é essa a causa de a identidade capixaba ser vivida com muitas incertezas.

## 2.2 Província de terceira categoria

Em seu princípio, a Capitania do Espírito Santo é vista como um “Vilão Farto”, como foi alcunhada a terra por seu donatário, Vasco Fernandes Coutinho. Era verdadeiramente uma terra na qual, como na carta de Caminha, “em se plantando tudo dá”, e na qual se tinha a certeza da existência de ouro e pedras preciosas – certeza esta que acabaria se verificando e, talvez por ironia do destino, se tornaria uma das causas do atraso da Capitania.

Mesmo entre as dificuldades dos primeiros anos de colonização, apenas 11 anos depois da chegada dos portugueses (23.05.1535), em 1546, um “minucioso relatório” dá conta de que o Espírito Santo já produz 1000 arrobas de açúcar e recomenda ao rei de Portugal que nomeie Feitor para a Capitania, num reconhecimento da importância que ela adquiria para o Reino e da, por isso mesmo, necessidade de que o Rei estivesse melhor representado nela, especialmente para a coleta de impostos. (cf. OLIVEIRA, 1975: 54-5)

Por conta destes bons primeiros anos da capitania, o Espírito Santo recebe diversos esforços da Companhia de Jesus para a tarefa de “catequizar” os índios. Como resultado da presença dos jesuítas em terras capixabas, especialmente do mais famoso deles, José de Anchieta, o Espírito Santo torna-se o berço da literatura nacional e constitui um pouco preservado patrimônio arquitetônico do Século XVI.

Problemas, por certo que havia, especialmente aqueles decorrentes das longas ausências de Vasco Coutinho, mas dúvidas também não havia de que a terra era boa e próspera, como neste trecho de uma carta de Tomé de Souza ao Rei de Portugal, em junho de 1553:

O Espírito Santo he a melhor capitania e mais abastada que há nesta costa mas está tam perdida como o capitão della que é Vasco Fernandez Coutinho eu a provy o melhor que pude mas V. A. deve mandar ca-

pitão ou Vasquo Fernandez que se venha pêra ella e ysto com brevidade. (cf. OLIVEIRA, 1975: 68)

Nada, ou quase nada, no entanto, fincou presença no imaginário capixaba destes primeiros tempos, desse otimismo e dessa abundância. O que ficou foi a imagem de um donatário bonachão, “mais propenso à indulgência do que à disciplina”<sup>6</sup> e dado “a beber fumo de mistura com homens baixos”, o que levou a que fosse Vasco Coutinho excomungado por D. Fernandes Sardinha (Cf. PACHECO, 1991: 63).

O Espírito Santo tem estado praticamente ausente da historiografia brasileira. Os trabalhos mais antigos, que davam grande relevo aos primeiros episódios da colonização, relatam o triste destino de seu donatário, Vasco Fernandes Coutinho, morto na mais extrema pobreza (...). A partir de então – Capitania fracassada – cai sobre ela o silêncio. (SALETTTO, 1996: 7)

Lembrança presente e sempre recordada da história colonial capixaba foram os fatos que antecederam e sucederam à descoberta do ouro nas Minas Gerais.

Durante boa parte do século XVII, esteve o Brasil ocupado na busca de minas de ouro e pedras. Após o anúncio de que se teriam descoberto esmeraldas na Capitania, o herdeiro de Vasco Fernandes vendeu o seu Vilão Farto a Francisco Gil de Araújo por 40 mil cruzados, em 1675. Entre 1678 e 1682, período em que o comprador esteve em terras capixabas houve notável desenvolvimento da província. No entanto, após o seu falecimento, em 1685, o herdeiro da província, Manuel Garcia Pimentel, sequer teve interesse em conhecer as terras que seu pai lhe deixara.

Em 1692, ou 93, finalmente chegou a Vitória o primeiro ouro descoberto na Capitania, encontrado pelo bandeirante paulista Antônio Rodrigues da Costa. “Os sacrifícios de quase duzentos anos e a perseverança de várias gerações na caça às minas encontravam, afinal, sua recompensa.” (OLIVEIRA, 1975: 171) Esta deve

---

<sup>6</sup> MALHEIRO DIAS, Carlos. *Regimem Feudal das Donatarias*. Citado em OLIVEIRA, 1975: 53.

ter sido a sensação dos que viviam nas terras capixabas por esta época. No entanto, como resultado da descoberta do ouro, ao invés do enriquecimento do Espírito Santo e de todo o desenvolvimento que dele se poderia imaginar adviria, o que resultou foram “ordens rigorosas da Bahia para que se recolhesse a Vitória toda a gente que se encontrasse nas lavras. E mais: que se evitasse ‘com todo aperto’, excursionasse alguém àquelas regiões.” (idem: 173)

Como resultado desta ordem, muitas vezes reafirmada,

em hora excepcionalmente propícia à expansão, o Espírito Santo teve de conter-se nos limites acanhados da faixa litorânea, privado do direito de conquistar o próprio território. O futuro capixaba sofreu graves danos devido a tal política, que fez da Capitania simples barreira protetora das zonas de mineração situadas ao poente. (idem, 1975: 173 – grifo do autor)



Eis o mito fundador da sociedade capixaba, e ao qual os discursos sobre o Espírito Santo sempre recorrem para justificar o seu “atraso”. A esse episódio se referem, por exemplo, dois livros publicados em 1999. Na Introdução de *Memórias do Passado*, o historiador Fernando Achiamé recorda o fato para explicar o pouco desenvolvimento da Província do Espírito Santo em meados do séc. XIX: “Em tudo o atraso a que fomos condenados pela pujança do ouro das Gerais (...) Descontar tal atraso ainda



iria demorar muito e, em certo sentido, os resultados de tal estagnação ainda não foram superados inteiramente” (p. 10). Já Maria Thereza Ceotto, no livro *História, Carnavalização e Neobarroco: leitura do romance contemporâneo do Espírito Santo*, assim refere-se à lembrança desse mesmo fato no livro *Albergue dos Querubins*, de Adilson Vilaça (1995). “O narrador não se furta ao exame das causas da estagnação em que se manteve o Espírito Santo até quase meados do século XX. Lembra o fato, *tão sensível à memória capixaba*, de ter sido o Estado transformado em ‘barreira verde’ para proteger o ouro das Minas (...)” (p. 76) (grifamos).

Durante dois séculos, entre a descoberta do ouro e a transformação do Espírito Santo em barreira verde de proteção do ouro das Minas Gerais, em fins do século XVII, e a proclamação da república, em fins do século XIX, quase nada digno de nota ocorreu, além da introdução do café e do início da imigração, ações que tinham o objetivo de superar o atraso econômico:

... a inteligência espírito-santense, após a Província ter se libertado do governo da Bahia, em 1810, começou a analisar as causas de sua atrofia econômica. Concluiu que era devido ao despovoamento e à conseqüente falta de mão-de-obra, impedindo desenvolver aqui a cafeicultura, já com resultados positivos no Rio de Janeiro e em São Paulo. Assim, são abundantes as matérias da imprensa apregoando a colonização. (LOPES, 1997: 15)

Mesmo estes esforços poucos resultados renderam. No final do século XIX,

(...) o Espírito Santo era uma província esquecida. Não só foi relegada administrativamente a província de terceira categoria pelo projeto-lei de 1860, como também continuou sem qualquer peso político nacional. Verdadeira ‘filha espúria da comunhão

brasileira' como reclamavam, em editoriais, dois políticos, em 1885. (BANCK, 1998: 22)

Responder ao mito fundador, superar “o atraso a que fomos condenados” é tarefa a que as elites capixabas vão se dedicar durante todo o século XX.

### 2.3 Primeiras tentativas de superação

Proclamada a República, em 1889, (...) as elites políticas e econômicas do Espírito Santo, que passaram a ser bem mais independentes do governo central do que antes, tentaram dar novo impulso à economia local (BANCK, 1998: 217)

Durante toda a Primeira República, a política capixaba seria dominada pelo embate entre a oligarquia mercantil-exportadora (constituída pelos grandes comerciantes de café e os vendedores rurais<sup>7</sup> na região central do Estado) e a oligarquia agrofundiária (constituída pelos grandes proprietários rurais do sul).

(...) a classe dos grandes proprietários, além de disseminar relações servis em seus espaços, impregnava, também, com características semelhantes de dependência e subordinação, as demais formas de produção. Resultado: configurar-se-ia uma estrutura social formada por uma oligarquia agrofundiária e uma oligarquia mercantil-exportadora que digladiaria entre si na disputa pela direção política do Governo Estadual, e manteria a massa dos pequenos produtores camponeses atrofiada a limites de auto-subsistência por muitas décadas. (ZORZAL E SILVA, 1995: 82-3)

<sup>7</sup> Sobre a importante atuação de vendedores rurais no exercício da ação política típica dos coronéis, ver ZORZAL E SILVA, 1995: 83 e VASCONCELOS, 1995: 117-9.

Figura central na política espírito-santense nos primeiros 20 anos da República, Moniz Freire governou o Estado por duas vezes, entre 1892 e 1896, e entre 1900 e 1904, e representava o pensamento da oligarquia mercantil-exportadora: “suas metas administrativas ressaltavam as tradicionais carências capixabas: transporte e mão-de-obra. Necessidades vitais ao modelo capixaba, fornecedor de produtos tropicais de exportação.” (BITTENCOURT, 1987b: 113)

Seu primeiro mandato foi rico em realizações, para a época. Pode-se citar o início da construção da Estrada de Ferro Sul do Espírito Santo, cujo objetivo era o de integrar a economia cafeeira do sul do Estado ao comércio efetuado por Vitória. Até então, toda a produção da região vinha sendo exportada pelo porto do Rio de Janeiro. (...) Outro ponto importante do governo de Moniz Freire foi a continuação da ocupação do interior, notadamente da região central, favorecendo o ingresso de 20.000 imigrantes italianos. (VASCONCELLOS, 1995: 144)

Essa corrente política dominaria a política capixaba até a revolução de 30, “embora, no período 1908-1912 as forças integrantes das classes agro-fundiárias, da região sul, houvessem buscado uma composição com essas forças, e, nesse intervalo, definido o sentido da política de desenvolvimento sócio-econômico” (ZORZAL E SILVA, 1995: 76).

Jerônimo Monteiro, governador do Estado entre 1908-1912, foi a figura mais proeminente da oligarquia agrofundiária. Filho de uma tradicional e abastada família de Cachoeiro de Itapemirim, centro político e econômico da região Sul do Espírito Santo, Jerônimo formou-se advogado em São Paulo, dividindo as carteiras e as idéias com a mais avançada elite brasileira da época. Impelido por um desejo de modernização do Estado, Jerônimo vai buscar fora do Espírito Santo o que lhe parecia faltar no Estado natal, como fora um ano antes – na condição de negociador das dívidas

do Estado - buscar no capital inglês da Leopoldina Railway, para quem vendeu a ferrovia que Moniz Freire havia mandado construir, a solução para os problemas econômicos do Espírito Santo.

Entre a eleição e a posse, Jerônimo viajou para São Paulo. Naquele Estado (...) ele analisaria o funcionamento do governo paulista. Sua intenção era a de estudar que medidas modernizadoras poderiam ser tomadas no Espírito Santo. (...) Depois dessa visita, ele foi a Minas Gerais, Estado dirigido por João Pinheiro, conhecido como dirigente empreendedor e moderno. (VASCONCELLOS, 1995: 150)

Após o final do governo de Jerônimo, no entanto, o controle da máquina política volta às mãos da oligarquia mercantil-exportadora que promove um amplo desmonte da política de desenvolvimento desenhada no seu período administrativo.

Em suma, a sociedade capixaba chegou ao fim da década de 1920, a despeito dos esforços industrializantes e investimentos no planejamento urbano e na agricultura diversificada, como uma sociedade monocultora e rural, suscetível a todos os problemas oriundos dessa condição a qual o sistema não conseguia superar. Faltou (...) consciência das reais condições do Estado. (BITTENCOURT, 1987b: 170)

Essa disputa de modelos de desenvolvimento para o Espírito Santo, um voltado para a industrialização e outro para a agricultura, mais do que representar duas respostas para o problema de falta de autonomia política e financeira do Estado posta pelos períodos da Colônia e do Império, representa uma nova vestimenta da antiga disputa entre o capixaba e o que lhe é exterior e que busca configurá-lo. A disputa entre o modelo provinciano (provinciano porque marcado pela agricultura, porque definido em

relação a e a partir da realidade local do Espírito Santo), defendido pela oligarquia mercantil-exportadora, e o modelo modernizante (modernizante porque orientado a partir da industrialização, marcado por uma visão de mundo externa à realidade local), defendido pela oligarquia agrofundiária, é a forma que adquire, na Primeira República, a antiga disputa.

Não se trata, aqui, de estabelecer juízos de valor acerca dos dois modelos, ambos excludentes da maioria da população e que objetivam, em última instância, a acumulação de riqueza pelas oligarquias deles defensores, mas configurar esses modelos dentro do imaginário capixaba como representantes de duas categorias fundamentais para compreender o capixaba, as categorias de provinciano e moderno, sendo a primeira atribuída às coisas do Espírito Santo e a segunda negada ao capixaba.

Não se trata, também, de pretender que estes modelos sejam puros. Mesmo porque, “optar de forma excludente entre dependência ou nacionalismo, entre modernização ou tradicionalidade local, é uma simplificação insustentável” (CANCLINI, 1998: 84). O modelo provinciano também tinha por objetivo a modernização, tanto quanto o outro modelo também guardava características provincianas mesmo porque

caso a modernização que as elites [no período de Jerônimo Monteiro] pareciam portar fosse um sucesso, elas morreriam politicamente. Era preciso ter a visibilidade de um moderno, a imagem de um renovador, sem perder o controle da situação que produzia o poder. Sem modificar a estrutura de privilégios. (...) Jerônimo e muitos outros de sua geração não queriam ficar imóveis, mas, também, não poderiam ir muito longe. (VASCONCELLOS, 1995: 167)

O que as distingue é a marca de origem: enquanto uma se pautava pela expansão a partir da província, dos valores e modos de ser e de se organizar da província (a agricultura em pequenas propriedades rurais que aliam a produção do café com a de

subsistência, pequenos núcleos urbanos, acúmulo lento de capital nas mãos principalmente dos comerciantes instalados no Espírito Santo e industrialização pela via da indústria de transformação da produção agrária, especialmente a cafeeira); a outra propõe a importação de um modelo de industrialização do Rio e de São Paulo, com uma maciça injeção de capital externo pelas mãos do Estado, a reconfiguração da sociedade com a concentração da população nas cidades em decorrência da industrialização, embora não tenha a menor intenção de desmontar a política coronelista que lhe dava sustentação e que é típica de sociedades provincianas.

De todo modo, buscar conciliar o antagonismo entre os valores provincianos e os valores modernos será um desafio a ser superado pelos capixabas. Ou, nas palavras do escritor Renato Pacheco:

O autêntico capixaba, capixaba que se preza (...)  
[está] sempre em busca de "um futuro esperançoso"(...).  
Futuro esperançoso que chegará, um dia, mas que o  
capixaba reza a todos os santos, que não seja para já  
..."(PACHECO, s. d.)

## **2.4 Os "Grandes Projetos-- enfim a modernização desejada?"**

Até os anos cinquenta, o Espírito Santo manteve uma certa linearidade de seu desenvolvimento baseado na produção, transformação e comércio do café, cuja agricultura era feita principalmente em pequenas propriedades rurais. A população capixaba era predominantemente rural: em 1950, quase 80 % da população capixaba estava no campo (no Brasil este índice era de pouco mais de

60%) e a Grande Vitória<sup>8</sup> representava 12% da população total do Estado.

A partir de 1955, como resultado da crise dos preços internacionais do café e de políticas locais e nacionais de desenvolvimento, a sociedade capixaba seria completamente transformada. Em 1980, a população rural havia caído para 33% do total e a Grande Vitória já representava 35% dos moradores do Espírito Santo. (Cf. ROCHA e MORANDI, 1991: 134)

Apesar da importância do café para a “economia capixaba”, a tendência seria a de que se preservasse a sua capacidade produtiva, uma vez que a cultura cafeeira representava para os produtores a única fonte de renda ao mesmo tempo em que não era fundamental para a subsistência, já que as pequenas propriedades produziam a parte fundamental dos produtos básicos de alimentação. Claro que os setores secundário e terciário ligados ao beneficiamento e comercialização do café sofreriam grandes prejuízos, mas,

dadas essas condições particulares em que operava a ‘economia capixaba’, esperava-se que, não havendo interferências exógenas, ocorresse apenas uma redução da renda interna estadual, que redundaria em retardamento do processo de acumulação (ROCHA e MORANDI, 1991: 50)

No entanto, os impactos da crise do café eram muito mais sérios no balanço de pagamentos e na economia nacional. E o governo federal adotou, no início dos anos 60, um plano com o objetivo de recuperar economicamente a cafeicultura cuja principal ação foi a erradicação de 1,38 bilhões de pés de café em todo o país. A erradicação, no entanto, não ocorreu igualmente em todo o país. O Espírito Santo, responsável por pouco mais de 10% da

---

<sup>8</sup> Os dados referem-se aos municípios de Vitória, Vila Velha, Serra, Cariacica e Viana que formavam, à época a Região Metropolitana. Mais recentemente, Guarapari e Fundão também foram incorporados à Grande Vitória.

produção nacional acabou respondendo por 22% do total de pés de café erradicados – ou 54% do cafezal capixaba foi destruído num espaço de cinco anos, entre julho de 1962 e maio de 1967. (Cf. ROCHA e MORANDI, 1991: 51-2)

A crise social gerada pela erradicação é o aspecto mais ressaltado e se expressou de forma dramática na substancial redução de renda e do emprego, o que provocou o empobrecimento econômico e um vigoroso processo de ‘expulsão’ da população do campo para as áreas urbanas. Estima-se o desemprego de aproximadamente 60 mil pessoas, o que, considerando uma taxa média de dependência de 3 por 1, mostra ter sido afetado um total aproximado de 240 mil pessoas [17% da população capixaba em 1960], sendo que boa parte migrou para as cidades. (ROCHA e MORANDI, 1991: 57)

Outra consequência foi a concentração da terra. Em, 1960, as propriedades rurais com menos de 100 ha representavam 55% das propriedades no Espírito Santo, enquanto aquelas acima de 500 ha eram menos de 14%. 20 anos depois, em 1980, as propriedades com menos de 100 ha representavam 40% do total e as com área superior a 500 ha, quase 27%. (idem: 116)

Naqueles anos 50/60, o Espírito Santo via passar diante de si o mesmo filme das restrições ao seu desenvolvimento. Além da queda do preço do café e a consequente erradicação dos cafezais, que arrasou a tradicional economia capixaba, o Espírito Santo ficou afastado dos esforços industrializantes realizados no Brasil. Não compartilhou do surto desenvolvimentista da região Sudeste, e foi alijado dos mecanismos de financiamento criados para as regiões Norte e Nordeste. Tudo isso “impôs ao espaço nacional uma estrutura polarizada em que o Espírito Santo consolidou uma condição periférica”: (BITTENCOURT, 1987b: 206). Até os anos 70, ainda era comum, entre os capixabas, descrever o Espírito Santo como o “Nordeste sem Sudene”.



No entanto, uma prolongada ação da classe política e da classe empresarial capixaba junto ao governo federal acabou por conseguir criar uma legislação especial para o Estado, o que permitiu reter no Espírito Santo uma grande parcela dos impostos federais arrecadados dos capixabas para investimento em infra-estrutura e industrialização. Esses recursos, que vieram a se somar aos que haviam ingressado no Estado como compensação aos cafeicultores pela erradicação dos cafezais, permitiram que o Espírito Santo retomasse o rumo do desenvolvimento – a rigor, sem auxílio externo. De certa forma, isso significava retomar os princípios do desenvolvimento proposto por Muniz Freire na Primeira República, ou seja, de buscar superar o atraso por meio do crescimento a partir do capital local e das atividades econômicas tradicionais.

em meados da década de 70, a ‘economia capixaba’ havia atingido um nível de maturidade que a qualificava a receber grandes investimentos produtivos (...) estavam dadas as principais condições para um novo ciclo de expansão econômica, que, no entanto, iria apresentar significativas diferenças em relação ao ciclo expansivo realizado nos anos anteriores (ROCHA e MORANDI, 1991: 91)

É neste ambiente que o Espírito Santo vai experimentar o seu último grande surto desenvolvimentista, marcado pela implantação de grandes plantas industriais na região da Grande Vitória e Aracruz (ampliação do porto de Tubarão, Companhia Siderúrgica de Tubarão e Aracruz Celulose, especialmente). No entanto, devemos destacar que este movimento significou a retomada de um antigo projeto:

Experiência concreta deste esforço, detectamos, desde o início do século, sobretudo nos “Grandes Projetos” industriais do governo Jerônimo Monteiro. O aparecimento, nas primeiras décadas do século, desta

política, praticamente isolada, de ‘capitalismo de estado’ determinou o futuro das iniciativas industriais ... (BITTENCOURT, 1987b: 239)

O extraordinário crescimento econômico vivido pelo Espírito Santo a partir de meados da década de 70, e que, em grande medida, moldou a atual sociedade capixaba, caracterizou-se

... por uma nova dinâmica do processo de acumulação. O ‘grande capital’ liderou a expansão econômica, pois dominou praticamente todos os setores de atividade e imprimiu-lhes um ritmo acelerado de crescimento. Dessa forma, foram se processando profundas alterações na estrutura produtiva da economia e foi se delineando o seu novo perfil.

Essa segunda fase [a partir de 1975] contrasta com a primeira [entre 1965 – 75] em vários aspectos. Na anterior, a hegemonia do processo de crescimento coube ao capital local, em geral de pequeno porte (...). As atividades que apresentaram grande dinamicidade foram as mais tradicionais, tendo sido quase nula a diversificação econômica. Na segunda fase, ao contrário, exacerbou-se o processo de diversificação econômica e modernização capitalista, com o surgimento e o desenvolvimento de várias atividades não tradicionais. Esse processo foi comandado pelo ‘grande capital, que salvo algumas exceções, não era de origem local, mas, em sua maioria, de grandes grupos estatais e privados, tanto nacionais como estrangeiros. (ROCHA e MORANDI, 1991: 93-4)

Como resultado deste rápido crescimento, a região da Grande Vitória sofreu a sua terceira grande expansão populacional no período de um século – primeiro a imigração européia no final do século XIX, depois a população rural expulsa pela erradicação do

café e, por fim, levas de migrantes não apenas do interior do Espírito Santo mas também de regiões pobres de Estados vizinhos nos anos 70, como resultado da implantação dos Grandes Projetos<sup>9</sup> industriais. Assim, se “Vitória manteve, até meados dos anos 60, características de pacata cidade provinciana” (BANCK, 1998: 220),

... os grandes projetos transformaram a sociedade local de forma irreconhecível. A expansão urbana se fez, para dizer o menos, de forma um tanto caótica. (...) E se o ‘progresso’ econômico finalmente trouxe os arranha-céus com que antes se sonhava, sua concepção era de um modernismo tão primário, se não vulgar, que a paisagem urbana se desfigurou a ponto de se tornar irreconhecível. Reinava o sentimento, agudo e generalizado, de que (...) a identificação com a cidade estava se tornando quase impossível. (idem: 236-7)

## 2.5 Entre a Província e a Modernidade

O que quisemos destacar com este longo parêntese histórico foi que são estes constrangimentos e limitações que dão o tom na forma como interpretam os capixabas a sua inserção no mundo.

Os sucessivos constrangimentos externos ao desenvolvimento do Espírito Santo, primeiro com a proibição da exploração do interior da Capitania, depois com a falta de importância política no

---

<sup>9</sup> A expressão “Grandes Projetos” foi como ficaram conhecidas na sociedade capixaba a implantação de grandes plantas industriais no Espírito Santo a partir da década de 70 (Aracruz Celulose e Companhia Siderúrgica de Tubarão, especialmente) e não os Grandes Projetos industrializantes de Jerônimo Monteiro no início do século XX a que se referiu BITTENCOURT. A coincidência das expressões, de todo modo, serve ao propósito de aproximar as duas ações que tiveram o mesmo objetivo: transformar a economia e a sociedade capixaba a partir da importação de um modelo de desenvolvimento exógeno financiado por capital externo.

período colonial e por fim pela falta de apoio do governo federal à superação do subdesenvolvimento a que o Estado foi condenado fez com que a

dicotomia entre ‘desenvolvido’ [o Outro] e ‘sub-desenvolvido’ [o capixaba], [se tornasse] a mais recente e importante camada de significações no palimpsesto da identidade local. O sentimento de viver num país subdesenvolvido tornou-se muito profundo em Vitória” (BANCK, 1998: 236)

Essa dicotomia, que acreditamos ser a tensão sobre a qual se equilibra a constituição da identidade capixaba, aquilo sobre o que se assenta a sensação de pertencimento à comunidade capixaba e é traduzido, no cotidiano local, pelas categorias de província e modernidade.

Sendo a província aquele lugar onde “as pessoas se tratam por você, todo mundo é íntimo; falam meio em dialeto; é gente que se vê todos os dias sabe Deus há quantos anos; toda conversa é a continuação de outra mais antiga” (CALVINO, 1999: 25), e que reflete, em grande medida, a forma como a sociedade capixaba organizou a sua cultura pelo menos até os anos 60, não foi nunca a forma valorizada. Já “em 1928 um periódico local lamentava que Vitória ‘ainda conservava o seu condenável aspecto colonial’” (BANCK, 1998: 236). E foi substituída em enorme velocidade, de tal forma que, hoje “não apenas fisicamente a cidade está estilhaçada. Sua identidade também passa por um processo idêntico.” (VASCONCELLOS, 1993b: 143).

A província encontra-se com a cidade moderna e gera sentimentos contraditórios. Pesquisa qualitativa realizada em abril de 1992 (MEDEIROS, 1993) com lideranças da cidade de Vitória, tendo como tema “Identidades Culturais de Vitória” revelou as principais imagens da cidade que povoam os seus moradores: a) a sociedade é tradicional e provinciana, o que não é obrigatoriamente negativo; b) os grandes projetos quebraram as tradições e

os costumes; c) mudou tudo: aterros, fim do bonde. A cidade ficou feia; d) os prédios tiraram a característica de cidade pequena.

Outra leitura relevante que se pode depreender do trabalho é que a sociedade local é vista de forma negativa pela maioria dos entrevistados, que a define como fútil. A expressão ‘provinciana’ aparece de forma recorrente nas entrevistas. Entretanto, a mesma expressão pode ter características positivas; entra nesta positividade o registro da nostalgia. O provincianismo, quando adquire caráter negativo, está normalmente associado a uma certa pequenez diante das coisas. (VASCONCELLOS, 1993a: 23)

Temos, então, que nem o valor da província nem o da modernidade são valores absolutos no imaginário capixaba. Ser provinciano, hoje, é ter “uma certa pequenez diante das coisas” e ser moderno corresponde a um ideal de modernidade construído pela sociedade e que corresponde a uma modernidade que não foi a construída pelos Grandes Projetos, mas à modernidade de outros centros. Na mesma pesquisa realizada em 1992, outros adjetivos negativos aparecem associados à cidade: “sem memória, fechada, imediatista, subúrbio cultural”. Na definição da cidade de Vitória amanhã, duas afirmações chamam atenção: “uma cidade, Nova York do hemisfério sul”. (Cf. MEDEIROS, 1993: 158, 162)

Podemos, agora, inferir o resultado da articulação da identidade capixaba no ambiente da cultura capixaba. A primeira define o ser capixaba como algo pequeno<sup>10</sup>, fechado, conservador, isolado (ilhéu<sup>11</sup>), atrasado, sentimentos que costumam ser representados na idéia de província, por oposição ao moderno, aquilo

<sup>10</sup> No decorrer das leituras sistemáticas de textos sobre o Espírito Santo, chama a atenção como a pequenez do Estado é ressaltada por diversos autores. “... um Estado menor, pequena faixa litorânea de um país subdesenvolvido da América Latina...” (CEOTTO, 1999: 20); “Vitória, capital do pequeno Estado do Espírito Santo”(BANCK, 1998: 213) etc.

<sup>11</sup> A ilheidade configura-se num conjunto de representações simbólicas e imagens decorrentes da insularidade. A noção de lugar geográfico é reforçada,

ou aquele que é aberto, contemporâneo, em permanente mutação, lugar em que as coisas acontecem ou pessoas que fazem as coisas acontecerem.

A cultura capixaba, por seu turno, estabelece no seu quadro de valores o sinal positivo ao lado das idéias e valores modernos, deixando para a província (para o capixaba) o sinal negativo. A cultura capixaba afirma uma visão de mundo em que o bom é ser moderno e ser moderno é ser como o Outro que nos constrange, condenados que fomos ao atraso e a sermos provincianos.

A forma como essa articulação está estabelecida encerra duas dificuldades para a construção de discurso afirmativo da identidade cultural do capixaba, como uma construção consciente de si própria e útil politicamente à tarefa de fazer ver que “esta terra merece maior consideração.”

Uma dificuldade está posta pela posição de valor que a cultura capixaba atribuí ao capixaba. A tensão decorrente deste atribuir ao Outro o valor positivo faz com que a identidade capixaba seja estabelecida como uma identidade em estado de dominação, uma identidade que toma como referente de qualidade, como referente de verdade, o que lhe é externo, aquilo que o capixaba não é. Ou seja, a identidade capixaba organiza-se de tal modo a negar a si própria o estatuto de identidade, vista aqui como um valor positivo, necessário à afirmação de um grupo social no encontro com o Outro.

Outra dificuldade é que, vivendo sob a égide de um quadro de valores que desvaloriza o ser capixaba, o discurso de identidade não pode ser construído, e é, então, vivido como frustração. O capixaba não pode identificar-se como provinciano porque isto significaria impor-se um estado de eterna dependência, e não pode identificar-se como moderno porque esta é a qualidade do Outro.

---

pela limitação do território, aquele que não nasceu na ilha, é estrangeiro, intruso. A construção da identidade dá-se pelo contato e pela oposição com o outro, aquele que não pertence à ilha. O mar, o limite do território, pode representar obstáculo ou meio de comunicação. Sobre o assunto, ver DIEGUES, 1997.

O resultado desta dupla impossibilidade é o silêncio sobre o capixaba, é a negação de um discurso de identidade, manifesto na afirmação: “não existe uma identidade capixaba.” Quando muito, a identidade cultural capixaba só consegue ser vivida como exótica do contemporâneo, seja como nostalgia, seja como anacronia.

## **2.6 Criação de símbolos e estratégias de identidade**

Uma experiência recente que retrata as dificuldades enfrentadas para a construção de um discurso afirmativo da identidade capixaba, e que reflete a necessidade de superação da dicotomia entre província e modernidade são as estratégias adotadas pelo poder público ao criar e recriar símbolos com o objetivo de imprimir uma “marca de modernidade” à sociedade capixaba, que é vista como provinciana.. Foi assim com Jerônimo Monteiro, no início do século XX:

O presidente tinha a clara intenção de marcar seu governo por uma imagem inovadora e moderna (...) Para definir um novo tempo, criou os símbolos do Estado. Eram todos azul e rosa, cores das vestes de Nossa Senhora da Vitória, padroeira da capital, e também de um clube abolicionista de Benevente [hoje Anchieta] que muito havia ajudado na campanha republicana. (...) Do ponto de vista simbólico pode-se afirmar que Jerônimo Monteiro pretendia estar no centro de um movimento inaugural, criador de uma nova realidade. É nesse contexto que a criação dos emblemas do Estado do Espírito Santo ganham toda a sua significação. (VASCONCELLOS, 1995: 156)

O mesmo processo repete-se nas duas últimas décadas do século XX quando, como resultado de um movimento preocupado

em criar uma identificação mais forte do morador de Vitória com a sua cidade,

Passou a haver empenho em se dar um novo impulso à identidade local. Por meio de estratégias de marketing, a propaganda oficial tentou fabricar uma identificação mais forte com a cidade. Promoveram-se exposições de fotografias antigas da cidade, assim como posters com a imagem de locais históricos. As logomarcas de duas administrações recentes convocavam os moradores a amar a sua cidade: Viva Vitória e Amor pela Cidade. Enormes outdoors com deslumbrantes fotografias da paisagem maravilhosa de Vitória proclamavam: ‘Como é bom viver aqui!’, e a frase cunhada por um poeta da terra voltou a ser citada: ‘Viver é ver Vitória’ (que parafraseia o famoso clichê ‘Ver Nápoles e depois morrer’). Os moradores apreciavam essas iniciativas ... (BANCK, 1998: 238-9)

A cidade de Vitória empenha-se em um grande debate público que recebeu o nome de "A cidade que desejamos", e que envolveu cerca de 700 pessoas de diversos segmentos da sociedade, e deu origem ao documento "Vitória do Futuro, plano estratégico da cidade, 1996-2010" que passou a nortear muitas das ações administrativas da Prefeitura e funcionou como mais um símbolo na busca da afirmação da modernidade local. O gesto de traçar um “plano estratégico” para a cidade é já uma afirmação do desejo de modernidade, do desejo de ser o capixaba contemporâneo de seu tempo.

O documento é explícito em sua preocupação com a questão da identidade. Ao apresentar o futuro da cidade numa perspectiva negativa (caso o plano não seja aplicado) o documento descreve um cenário no qual "o morador não reconhecerá Vitória e seu povo naquilo que eles têm de único, no seu patrimônio natural e construído, na sua cultura e na qualidade de vida. Perderá seus



vínculos e a identidade com a cidade. Para o seu morador, Vitória será uma cidade como tantas outras."(p. 58)

Por outro lado, no cenário em que a cidade se desenvolve de maneira planejada, conforme pensado no Vitória do Futuro, "o tratamento dado ao patrimônio histórico, cultural e natural e à paisagem urbana possibilitarão o surgimento de novos vínculos dos moradores com a cidade."Trata-se, o documento e o seu esforço de construção coletiva, além de um planejamento de ações e estratégias para o desenvolvimento de Vitória, de "uma tentativa bastante abrangente de criar um novo imaginário urbano para Vitória"(BANCK, 1998: 248), um esforço de governo para criar, ou recriar, a identidade capixaba.

Não devemos nos esquecer, no entanto, que "a construção de uma imagem dinâmica para Vitória também tem a ver com o mundo exterior, tanto o real como o 'outro' idealizado" (idem: 243)

Como ação mais recente deste processo, e que é, em si, um resumo do esforço de recriação da identidade de Vitória, está a recriação do símbolo do município. A tarefa, não por acaso entregue à PDVI, empresa paulista saudada como "uma das maiores agências brasileiras de design" no texto de apresentação do novo símbolo, disponibilizado no Vitória On Line (site oficial do município de Vitória na Internet – [www.vitoria.es.gov.br](http://www.vitoria.es.gov.br)), foi conduzida como uma reelaboração do brasão oficial da cidade, absorvendo os seus elementos fundamentais (o mar, a montanha, o céu, o navio e as cores: vermelho, verde e azul), com a explícita preocupação de traduzir em linhas modernas, simples e geométricas, o antigo símbolo do município. Essa idéia de transformação do antigo em novo, sem perda das características essenciais, traduz, na força da imagem, a tentativa, permanente, do capixaba em fazer parte do seu próprio tempo, em deixar de "carregar a marca da dominação e da (im) possibilidade", como afirma Francisco Aurelio Ribeiro acerca da literatura capixaba. (RIBEIRO, 1993: 48)



## 2.7 Identidades capixabas

Se tomamos a cultura como um modo total de vida, parece certo que a uma dada cultura deve corresponder, pelo menos, uma identidade cultural, uma vez que essa cultura não poderia existir sem um modo total de ser dos sujeitos inseridos nessa cultura.

Há, no entanto, no interior de uma mesma cultura, diferentes representações da identidade cultural. Podemos dizer que há diferentes discursos sobre a identidade, ou as identidades, numa dada cultura; e que esses discursos lutam entre si pelo estabelecimento de uma hegemonia, pelo estabelecimento de uma verdade acerca da identidade. Luta que é travada no interior da cultura, pelos processos de valorização constituídos no interior desta mesma cultura. Devemos lembrar, no entanto, que se tratam de representações, de posicionamentos dessas identidades, e não de estabelecer uma identidade, única e essencial. É isso que significa afirmar que a identidade, embora tenha sua existência na discursividade e é nessa forma que a podemos apreender e analisar, essa discursividade não basta para que a compreendamos (HALL), uma vez que dos processos de valorização participam diversas outras dimensões da vida social, naquilo que THOMPSON descreve como contexto social estruturado.

Existe, então, uma identidade capixaba, representada num modo de ser dos capixabas que estamos chamando de provinciano, marcado pela intimidade, pelas relações familiares e de compadrio, e que está manifesto no hábito de aproximar o distante, sob a forma

de apelidá-lo, por exemplo; tanto quanto no de se deslumbrar com o que lhe é externo e de buscar formas de convivência que reforcem os laços entre os grupos e demarca as suas fronteiras, como o bar. E há, por outro lado, uma representação negativa desta identidade, construída pela valorização da modernidade atribuída ao Outro, por uma valorização do que é externo ao capixaba e que busca submeter este ao arbítrio e ao juízo do Outro, e também posicionar o capixaba, quando centro do discurso, como exótico, como dotado de características provincianas exóticas ao mundo contemporâneo – o que pode surgir, inclusive, mas não apenas, na forma de um discurso nostálgico.

É no contexto de uma luta pela constituição de uma hegemonia de representação do que é a identidade capixaba, travada na e pela linguagem, numa luta “de vida ou morte” como afirma HALL, que os meios de comunicação, e o jornalismo presente nestes meios, participam como um dos artífices da construção destas identidades.



## Capítulo 3

# Do discurso jornalístico e as representações de identidade

Os discursos presentes nos meios de comunicação de massa, além de articularem outros discursos presentes na sociedade, fazem também parte dos discursos que configuram este mesmo espaço social atribuindo valores e criando sentidos que organizam as relações de poder.

O que buscaremos neste capítulo é refletir acerca de como esses discursos operam esses efeitos, como são gestados os efeitos de sentido e como esses efeitos relacionam-se com as questões das identidades culturais, compreendidas como relações de poder. Dentro do vasto universo dos meios de comunicação, voltaremos a nossa atenção para o jornalismo e, entre as diversas formas de fazer-se jornalismo, o nosso olhar vai fixar-se nos jornais impressos, no noticiário do jornalismo diário que consumimos cotidianamente comprando os exemplares nas bancas, lendo nas salas de espera ou recebendo, na nossa porta, os jornais que se destinam, na manhã seguinte, a que se embrulhem os peixes, segundo a tradição, mas cujos conteúdos de uma forma ou de outra, permanecem em nós.

Para refletir acerca de como esse jornalismo produz efeitos na constituição das identidades culturais, tendo como foco as re-

lações de poder presentes na constituição das identidades, será importante atentarmos para os processos de valorização das formas simbólicas que esses discursos constituem. Será com esta finalidade que vamos nos apropriar de algumas reflexões teóricas empreendidas no campo da Análise do Discurso.

Trata-se de tomar, como ponto de partida para pensar as articulações entre jornalismo e identidades, a afirmação de Pêcheux ao final do livro “O Discurso: estrutura ou acontecimento”:

Não se trata de pretender aqui que todo discurso seria como um aerólito miraculoso, independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe, mas de sublinhar que, só por sua existência, todo discurso marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos: todo discurso é o índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço (...) (PÊCHEUX, 1997: 56)

### 3.1 A Análise do Discurso

Embora o termo Análise do Discurso seja utilizado para denominar um amplo conjunto de esforços intelectuais empreendidos especialmente nos ambientes científicos francês e anglo-saxão, essas duas correntes pouco ou nada têm em comum, como destaca Maingueneau:

A comparação é eloqüente e compreende-se que o livro *Introduction to discourse analysis* de M. Coulthard e nossa *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*, excluindo-se seus títulos, nada tenham em co-

mum, como observa a autora [F. Gadet] do quadro [abaixo]. (MAINGUENEAU, 1997: 16)<sup>1</sup>

	<b>AD francesa</b>	<b>AD anglo-saxã</b>
<b>Tipo de discurso</b>	Escrito Quadro institucional doutrinário	Oral Conversação cotidiana comum
<b>Objetivos determinados</b>	Propósitos textuais explicação – forma Construção do objeto	Propósitos comunicacionais descrição – uso Imanência do objeto
<b>Método</b>	‘estruturalismo” lingüística e história	Interacionismo psicologia e sociologia
<b>Origem</b>	Lingüística	Antropologia

No nosso caso, estaremos sempre nos referindo à Análise do Discurso de linha francesa (AD), que se constituiu no ambiente intelectual dos anos 60 do século XX, articulando contribuições da Lingüística, do Marxismo e da Psicanálise.

Da Lingüística, a AD apropria a afirmação da não-transparência da linguagem, ou seja, que a relação linguagem/pensamento/mundo não é uma relação direta, que se faz termo-a-termo, não se passa direta e transparentemente de um a outro. Do materialismo histórico, toma o pressuposto de que há um real da história, que o homem faz história mas esta não lhe é transparente. E da Psicanálise, traz o deslocamento da noção de homem para a de sujeito que, por sua vez, se constitui na sua relação com o simbólico, na história. (Cf. ORLANDI, 1999: 19) Ao mesmo tempo, a AD

Interroga a Lingüística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele. (idem: 20)

<sup>1</sup> O quadro foi retirado de MAINGUENEAU, 1997: 16.

A AD se constitui, ao longo de sua própria história, como um campo interdisciplinar, que absorve contribuições de diversas disciplinas das humanidades e das ciências sociais com a preocupação de constituir uma hermenêutica que, embora preocupada em desvelar o sentido dos textos analisados,

não pretende se instituir como especialista da interpretação, dominando ‘o’ sentido dos textos; apenas pretende construir procedimentos que exponham o olhar-leitor a níveis opacos à estratégia de um sujeito (...). O desafio crucial é o de construir interpretações, sem jamais neutralizá-las (...) (PÊCHEUX, citado em MAINGUENEAU, 1997: 11)

Para a AD, o trabalho de constituição do sujeito e de formação de sentido é um trabalho histórico e ideológico. É por meio da ideologia que o sujeito se constitui e que o sentido se forma. Por considerar que a relação com o real da história dá-se por meio da linguagem e que, para que nessa relação o sentido seja constituído é necessária a presença da ideologia – não como ocultação mas como função necessária na relação entre linguagem e mundo –, é que, para AD, o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia (só há sujeito na ideologia) e refere-se à “posição que deve e pode ocupar todo indivíduo para ser sujeito do que diz.” (ORLANDI, 1999: 49)

É nesse sentido que os sujeitos, para a AD, correspondem às identidades na definição de HALL,

A identidade, então, costura (ou, para usar uma metáfora médica, ‘sutura’) o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos unificados e predizíveis. (Hall, 1997: 12)



Quando o sujeito fala a partir da posição de ‘capixaba’, por exemplo, o sentido do que diz ocorre em relação à ideologia em que o sujeito está inscrito, sendo que esta se refere ao contexto estruturado em que as palavras estão inscritas. Quando o escritor Oscar Gama diz: “O temperamento do capixaba é muito fechado. Ele não tem uma extroversão como a dos mineiros, paulistas e cariocas. Uma extroversão que é necessária para você constituir uma identidade cultural”, ele está falando da posição-capixaba, falando como os capixabas falam. Podemos dizer que não é Oscar falando, mas a sua posição. É isso que o significa, que lhe dá identidade. Uma identidade que existe em relação com outras identidades, com outras posições como a de escritor, a de psicanalista, a de brasileiro e que podem ser assumidas por Oscar em outros momentos. A identidade refere-se à posição do sujeito num determinado ato de fala<sup>2</sup>, que se refere a uma determinada ideologia e a um determinado contexto estruturado, não a uma identidade fixa ou essencial do sujeito.

Resumidamente, podemos afirmar que, para a Análise do Discurso:

a) a língua tem sua ordem própria mas só é relativamente autônoma (distinguindo-se da Lingüística, ela introduz a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem);

b) a história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos);

c) o sujeito de linguagem é descentrado pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. (idem: 19-20)

---

<sup>2</sup> “Ato de fala é o enunciado efetivamente realizado por um falante numa dada situação.” (DUBOIS et alii, 1986: 78) Nos atos de fala estão envolvidas a competência do enunciador (domínio de um conjunto de regras lingüísticas) e a performance (que depende de diversos fatores, como a memória, o contexto social, as relações entre os interlocutores, etc.)

É a partir destes pressupostos que a AD, na articulação entre a Lingüística, o Marxismo e a Psicanálise, promove um novo recorte teórico e constitui um novo objeto que afeta essas formas de conhecimento no seu conjunto: o discurso.

### 3.2 Discurso

Para pensar o discurso, é preciso primeiro distinguir discurso de texto. Isso porque, embora quando nos dedicamos à análise do discurso, partamos do texto, na realidade não é o texto que analisamos. Texto, para nós será o objeto significante (ou potencialmente significante), aquilo a partir de que os significados “aflo-ram” e o sentido é construído e que pode ser estudado pela lingüística (quando verbal) de modo a que se conheça a sua estruturação na língua que faz dele um enunciado – é o estudo da linguagem em si mesma, o modo como a linguagem é estruturada. O discurso é um objeto de estudo de caráter diverso, na construção do qual importam as condições de sua produção:

“o que importa é destacar o modo de funcionamento da linguagem, sem esquecer que esse funcionamento não é integralmente lingüístico, uma vez que dele fazem parte as condições de produção, que representam o mecanismo de situar os protagonistas e o objeto do discurso” (ORLANDI, 1996: 117)

Outra preocupação que deve estar sempre presente ao estudar o discurso é a de não concebê-lo “como mera transmissão de informação, mas, antes, devemos considerá-lo como efeitos de sentido”(Idem: 28)

Isso significa romper com o modo como o esquema elementar da comunicação dispõe os seus elementos em emissor, receptor, código, referente e mensagem. Nesta concepção, o emissor transmite uma mensagem ao receptor fazendo uso de um código e referindo-se a algum elemento da realidade – o referente.

Para a AD, essa relação não é linear, e a língua não é apenas um código entre outros. Emissor e receptor estão realizando ao mesmo tempo o processo de significação, não se trata de transmissão de informação apenas, mas um complexo processo de constituição de sujeitos e produção de sentidos, afetados pela língua e pela história. Em realidade, esse processo não está assentado sobre a idéia de comunicação<sup>3</sup>:

A linguagem serve para comunicar e para não comunicar. As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores. (ORLANDI, 1999: 21)

Ou seja, o discurso é já um efeito de sentido e não mais uma estrutura significante, é já uma interação entre autor e interlocutor provocada pelo modo como o texto está estruturado e cuja estrutura mesma articula-se com o social, no qual são constituídas as identidades. Diz-se isso e não aquilo, deste e não daquele modo, porque os textos (e os discursos) articulam-se com o contexto social (as formações ideológicas em Pêcheux) por meio da ideologia (as formações discursivas).

Ou, retomando Pêcheux:

“as palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que vale dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas (...) nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos,

<sup>3</sup> Comunicação é tomada aqui como um ato no qual uma informação é transmitida de um falante a um interlocutor. Com efeito, para a AD, o processo não é de transmissão de informação, mas de produções de sentido. Neste caso, não há transmissão, o enunciado proposto por um interlocutor é ressignificado por outro, e não apenas decodificado.

então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, (...) determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de uma panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.).” (PÊCHEUX, 1988: 160 - grifos do autor)

Isso significa afirmar que a noção de discurso é indissolúvel da noção de contexto. Não há discurso sem contexto. A análise do discurso supõe pensar a interação entre texto e contexto, embora isso não signifique que devemos tomar a tarefa de descrever totalmente os processos cognitivos e as situações sociais, mas que não podemos abrir mão de uma compreensão do contexto, uma vez que a análise do discurso

Interessa-se mais pelas relações entre texto e contexto. Isto é, pretende saber como os processos cognitivos influem sobre a produção e o entendimento das estruturas do discurso e como as estruturas do discurso influem na e são influenciadas pela situação social.<sup>4</sup> (VAN DIJK, 1990: 53)

É justamente à tarefa de explicitar as relações entre o contexto da cultura capixaba e os textos jornalísticos, na conformação de um discurso de representação da identidade capixaba, que esta pesquisa se dedica. Ou seja, compreender como o discurso jornalístico influi na e é influenciado pela representação da identidade capixaba, pela luta em busca da hegemonia de representação do capixaba.

Para analisar os textos jornalísticos e buscar interpretar como essa relação se dá, precisamos compreender melhor o funcionamento do Discurso Jornalístico.

<sup>4</sup> *Se interessa más bien por las relaciones entre el texto y el contexto. Es decir, pretende saber cómo influyen los procesos cognitivos específicamente sobre la producción y el entendimiento de las estructuras del discurso y como las estructuras del discurso influyen y son influidas por la situación social.*

### 3.3 Funcionamento e Tipologia Discursiva

O funcionamento do discurso, o modo como ele provoca sentido e constrói efeitos, foi classificado por ORLANDI a partir da relação entre os sujeitos, a relação com os sentidos e a relação com o referente discursivo (aquilo a que se refere o discurso), em três tipos:

a) *discurso autoritário*: aquele em que a polissemia é contida, o referente está apagado pela relação de linguagem que se estabelece e o locutor se coloca como agente exclusivo, apagando também sua relação com o interlocutor;

b) *discurso polêmico*: aquele em que a polissemia é controlada, o referente é disputado pelos interlocutores, e estes se mantêm em presença, numa relação tensa de disputa de sentidos;

c) *discurso lúdico*: aquele em que a polissemia está aberta, o referente está presente como tal, sendo que os interlocutores se expõem aos efeitos dessa presença inteiramente não regulando sua relação com os sentidos. (ORLANDI, 1999: 86)

Esses tipos de discurso não constituem nenhum juízo de valor, mas pretendem ser uma descrição de seu funcionamento e, embora jamais sejam encontrados em estado puro – não há um discurso que seja apenas autoritário, ou polissêmico, ou lúdico –, a tipologia serve ao trabalho investigativo para que se compreenda com maior clareza os tipos de relação que o discurso em análise estabelece e como, majoritariamente, ele funciona.

A observação de três exemplos<sup>5</sup> exagerados de cada um dos tipos de discurso pode tornar o modelo mais claro: *o non sense é exemplo do discurso lúdico* porque o referente está completamente explícito aos interlocutores e aberto à sua interpretação, o jogo polissêmico pode ser jogado livremente porque o referente é o próprio discurso, que se dá a conhecer aos interlocutores. *A injúria é exemplo do discurso polêmico*: neste caso, temos uma opinião explícita acerca do referente, que os interlocutores tentam dominar mas estão expostos, sujeitos à divergência por ou-

<sup>5</sup> Os exemplos estão citados em ORLANDI, 1996: 15-16.

tros interlocutores. A significação dá-se pelo posicionamento dos interlocutores frente ao referente, o sentido é disputado pelos interlocutores. *A ordem, “isso é uma ordem” é exemplo do discurso autoritário* porque o locutor coloca-se como agente exclusivo do sentido, apagando a sua relação com o interlocutor que é assujeitado e passa a ser instrumento de comando.

Outra forma de descrever diferentes tipos de discurso é a partir de um esquema abstrato em que se busca descrever os discursos, a partir de estruturas globais do discurso, definidas em termos de superestruturas formadas por categorias narrativas (tipos de relatos) e regras para a sua organização.

Podemos caracterizar de modo abstrato nosso ponto de vista em termos de: 1) um conjunto de categorias narrativas convencionais; 2) um conjunto de regras narrativas que especificam a hierarquia e o ordenamento das categorias em formas esquemáticas e, possivelmente 3) um conjunto de regras de transformação que podem modificar as estruturas narrativas canônicas subjacentes no interior de diferentes esquemas narrativos pré-existentes.<sup>6</sup> (VAN DIJK, 1990: 80)

Ao buscarmos uma tipologia do discurso jornalístico, a partir do modo de *funcionamento* deste discurso, estamos afirmando que há um modo característico de funcionar do discurso jornalístico, que não depende de tratar-se deste ou daquele jornal, de ser um discurso inserido nesta ou naquela circunstância específica. O jornalismo, pelo menos na sociedade ocidental, pertence a uma mesma formação discursiva, refere-se a uma mesma ideologia,

---

<sup>6</sup> *Podemos caracterizar de modo abstracto nuestro punto de vista em términos de: 1) um conjunto de categorías narrativas convencionales; 2) um conjunto de reglas narrativas que especifican la jerarquía y el ordenamiento de las categorías en formas esquemáticas y posiblemente 3) um conjunto de reglas de transformación que pueden modificar las estructuras narrativas canónicas subyacentes en el interior de diferentes formas de esquemas narrativos actuales.*

à ideologia do jornalismo, marcada pela pressuposição da verdade, da neutralidade. Então, se vamos estudar um determinado discurso jornalístico, devemos ter em mente que ele se refere a pelo menos dois contextos, a duas formações ideológicas e, naturalmente, a duas formações discursivas, uma que diz respeito à posição do referente do discurso na sociedade em que ele ocorre e outra que diz respeito à posição do próprio jornalismo e seus discursos na sociedade.

Esse discurso jornalístico, tomado como um discurso abstrato, um discurso do jornalismo, não é “um modelo que o falante procura preencher – um tipo – mas (...) uma *atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas*” (ORLANDI, 1996: 61). Mas é, de todo modo, útil reconhecer que “os discursos jornalísticos realmente existem, e que tanto os jornalistas como os leitores os utilizam, ao menos implicitamente, na produção e na compreensão da notícia.” (VAN DIJK, 1990: 89)<sup>7</sup>

### 3.4 Discurso jornalístico como discurso autoritário

Para facilitar o nosso trabalho de caracterização do discurso jornalístico, segundo as categorias definidas por ORLANDI (autoritário, polêmico, lúdico), vamos buscar suas características na definição que dele fazem os próprios jornalistas, observando as regras para a sua construção presentes no *Manual de Redação da Folha de S. Paulo*, o mais consultado dos diversos manuais presentes no mercado e que orienta a redação do mais importante jornal brasileiro das últimas duas décadas.

O manual, em seu capítulo sobre o texto jornalístico afirma que:

---

<sup>7</sup> (...) *los esquemas periodísticos realmente existen, y que tanto los periodistas como los lectores los utilizan al menos implícitamente en la producción y la comprensión de la noticia.*

Um bom texto jornalístico depende, antes de mais nada, de clareza de raciocínio e domínio do idioma. Não há criatividade que possa substituir esses dois requisitos.

Deve ser um texto claro e direto. Deve desenvolver-se por meio de encadeamentos lógicos. Deve ser exato e conciso. Deve estar redigido em nível intermediário, ou seja, utilizar-se das formas mais simples admitidas pela norma culta da língua. Convém que os parágrafos e frases sejam curtos e que cada frase contenha uma só idéia. Verbos e substantivos fortalecem o texto jornalístico, mas adjetivos e advérbios, sobretudo se usados com frequência, tendem a piorá-lo.

O tom dos textos noticiosos deve ser sóbrio e descritivo. Mesmo em situações dramáticas ou cômicas, é essa a melhor maneira de transmitir o fato da emoção. Deve evitar fórmulas desgastadas pelo uso e cultivar a riqueza dos vocábulos acessíveis à média dos leitores.

O autor pode e deve interpretar os fatos, estabelecer analogias e apontar contradições, desde que sustente sua interpretação no próprio texto. Deve abster-se de opinar, exceto em artigo ou crítica.

Chama também a atenção que um dos anexos do Manual tem o título de “As palavras certas”, no qual, sob a descrição “O que a *Folha* considera politicamente correto”, orienta os jornalistas a substituir expressões como “milionário, miliardário, magnata, bacana, tubarão, capitalista, riqueza” por “rico, empresário, pessoa de alta renda (mas o melhor é informar com precisão a renda)”; na clara intenção de obscurecer o sentido do texto, buscando tornar opacas as relações ideológicas e de poder das diferentes posições sociais do referente do discurso. Milionário e rico, tomados pelo manual como sinônimos parafrásticos, ou seja que podem ser substituídos um pelo outro sem alteração de sentido, mas sendo apenas uma adequação ao *politicamente correto*, têm a função de



reduzir a polissemia do texto, por tratar a linguagem como descritor “neutro” da realidade.

O *Projeto Editorial 1997* do mesmo jornal tem como subtítulo “caos da informação exige jornalismo mais seletivo, qualificado e *didático*” (grifamos). Essa proximidade entre o discurso jornalístico e o discurso didático, ambos preocupados com a *transmissão de informação*, será retomada mais adiante e é um dos fundamentos que nos permitirá afirmar o caráter autoritário do discurso jornalístico.

O Código de Ética dos jornalistas afirma posições bastante semelhantes àquelas do Manual de Redação:

Art. 2° - A divulgação de informação, precisa e correta, é dever dos meios de comunicação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 7° - O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.

Podemos, então, com base nestes textos, afirmar que o discurso jornalístico funda-se na pressuposição de um real, o real dos fatos, como se os fatos narrassem-se a si próprios, sem a intervenção do autor/locutor, e que o trabalho do discurso é a divulgação destes fatos, de forma objetiva, de tal modo que o texto jornalístico caracteriza-se por ser um “discurso realista [que] ignora sua própria inserção e possibilidade no simbólico e tem a referencialidade, o efeito de real, como eixo de construção” (GOMES, Mayra, 2000: 42)

O discurso jornalístico pode ser descrito à semelhança do discurso pedagógico, que:

Em sua definição seria um discurso neutro que transmite informação (...), isto é, caracterizar-se-ia pela ausência de problemas de enunciação: não teria sujeito na medida em que qualquer um (dentro das regras do jogo evidentemente) [dentro das regras do Manual de Redação e do Código de Ética] poderia

ser seu sujeito (credibilidade da ciência), e onde existiria uma distância máxima entre emissor e receptor (não haveria tensão portanto), tendo como marca a nominalização [os substantivos] e como frase de base a frase com o verbo ser (definições) [o quê é, quem é, quando é, onde é, porque é]. (ORLANDI, 1996: 28)

No entanto, a prática é outra. Se podemos aceitar que o discurso jornalístico tem como marcas a nominalização e a definição, caracterizando-se como testemunhal, essa função testemunhal pela qual o jornalismo se põe estará o tempo todo desenhando o espaço social, estará hierarquizando, organizando esse espaço e discriminando, atribuindo valores e criando sentidos, e discursos sobre discursos. É caracterizando-se como testemunhal que o discurso jornalístico será coadjuvante na construção da realidade e participante da construção das identidades e das relações de poder entre elas. (cf. GOMES, Mayra, 2000: 37).

E o discurso jornalístico funciona como testemunhal promovendo o apagamento da sua relação com o interlocutor, e é assim que “o resultado do dizer se torna incontestável, pois não supõe uma réplica, mas a mera absorção” (idem, 2000: 65), apresentando-se, assim como o discurso pedagógico, “como um discurso autoritário, logo, sem nenhuma neutralidade” (ORLANDI, 1996: 29)

### 3.5 As categorias do Discurso Jornalístico

Para pensar o Discurso Jornalístico a partir das suas estruturas globais, de quais são as categorias narrativas presentes nesse discurso e como elas estão organizadas, na forma como propõe VAN DIJK (um conjunto de categorias narrativas convencionais; um conjunto de regras narrativas que especificam a hierarquia e o ordenamento das categorias e, também, de um conjunto de regras de transformação das estruturas narrativas), vamos nos valer das reflexões empreendidas pelo próprio autor em seu livro *La noticia como discurso ...*

VAN DIJK identifica cinco categorias narrativas do Discurso Jornalístico:

a) *Título e Lead*: juntas, essas duas categorias narrativas, às quais podemos incorporar os foguetes e subtítulos, precedem e resumem o texto jornalístico expressando os principais temas narrados.

b) *Episódio*: esta é uma categoria bastante ampla, e pode trazer tanto os acontecimentos mais recentes, aqueles que são o tema principal do texto, quanto os antecedentes ou uma avaliação dos fatos.

c) *Conseqüências*: que resultados possíveis, que novos acontecimentos, podem ser inferidos a partir dos acontecimentos que são tema do texto.

d) *Reações Verbais*: traz as opiniões e comentários formulados pelos participantes importantes dos acontecimentos, é característico que esses comentários sejam acompanhados dos nomes e dos papéis dos participantes.

e) *Comentário*: trazem as opiniões e avaliações do próprio jornalista ou do órgão de comunicação acerca dos acontecimentos. Convém destacar que esses comentários e opiniões estão, de um modo geral, presentes no texto:

Mesmo que muitos jornalistas compartilhem a visão ideológica de que fato e opinião não devem se misturar, esta última categoria dos comentários aparece freqüentemente na notícia, se bem que, às vezes, de forma indireta. (VAN DIJK, 1990: 87)<sup>8</sup>

Ainda segundo VAN DIJK, estas categorias são organizadas no discurso jornalístico de acordo com a ordem de importância dos temas tratados em cada uma das categorias. Sendo esta uma estratégia global: primeiro é apresentada a categoria/tema de mais

<sup>8</sup> *Aun cuando muchos productores de noticias comparten la visión ideológica de que el hecho y la opinión no deben mezclarse, esta última categoría de los comentarios aparece frecuentemente en la noticia, si bien a veces de forma indirecta.*

alto nível, e após são apresentadas as categorias/temas de menor relevância, em ordem decrescente. Trata-se do já canônico modelo da pirâmide invertida.

É também característico do discurso jornalístico que estas categorias/temas sejam apresentadas em ciclos, ou seja, que os temas sejam apresentados um por vez, separadamente, no texto.

Por fim, convém destacar que, para o autor, esta organização pode ser transformada a partir de uma categoria mais geral de importância, usualmente relacionada às regras de produção jornalística e que, muitas vezes, suplantam a ordem de relevância semântica que, habitualmente, comandaria a organização do discurso.

Isto significa que, em alguns casos, os detalhes semanticamente menores aparecem em posições de destaque (em primeira posição, em destaque) no título ou no lead. Este movimento de destacar os detalhes, nas estratégias da produção jornalística, pode ser diretamente relacionado com os valores informativos fundamentais [os critérios de noticiabilidade] como a negatividade, o diferente, o inesperado, etc. (VAN DIJK, 1990: 88)<sup>9</sup>

### **3.6 As articulações entre jornalismo e identidades**

O jornalismo é, necessariamente, um discurso autoritário? Esse é um mal de raiz do jornalismo? Acredito que não. Fazendo

---

<sup>9</sup> *Esto significa que en algunos casos los detalles semánticamente menores se expresan no obstante en posiciones destacadas (en primera posición, señalados) en el titular o el encabezamiento. Este destacado movimiento de los detalles en las estrategias de la producción periodística puede encontrarse directamente influido por valores informativos fundamentales como la negatvidad, lo inusual, lo inesperado, etc.*

mais uma vez um paralelo entre os discursos jornalístico e didático, podemos afirmar acerca daquele o que ORLANDI afirma deste: o discurso jornalístico, sendo um discurso institucional (o jornalismo é uma instituição) “reflete relações institucionais das quais faz parte; se estas relações são autoritárias, ele será autoritário. O seu mal de raiz é, pois, refletir a ordem social na qual existe.”(ORLANDI, 1996: 37) Isto é, o jornalismo, como a escola, é uma Aparelho Ideológico.

E é por refletir a ordem social na qual existe que podemos apreender as identidades por meio do discurso jornalístico, ao mesmo tempo em que devemos afirmar que, como Aparelho Ideológico, o jornalismo é também construtor da realidade, das identidades. E devemos também propor sempre uma pergunta acerca da realidade reconstruída pelo discurso autoritário do jornalismo: para quem, a quem serve a Verdade construída pelo discurso jornalístico?

Devemos também, no âmbito da AD, perguntar como o Discurso Jornalístico representa, ao mesmo tempo em que participa de sua constituição, as identidades culturais.

A primeira questão deixaremos em suspenso. No que concerne ao funcionamento do Discurso Jornalístico e a como esse discurso representa e participa da constituição das identidades culturais, embora esses mecanismos sejam bastante variados, e seja possível “analisar unidades de qualquer nível ou qualquer tipo de categoria, sob a perspectiva do discurso”(ORLANDI, 1996: 117), vamos limitar a nossa análise a duas categorias que consideramos particularmente importantes para os objetivos a que nos propomos.

Voltaremos a nossa análise para a hierarquização temática, destacada por VAN DIJK como a principal regra de construção do Discurso Jornalístico, e que expressa, por definição, aquilo que, segundo as empresas jornalísticas e os jornalistas, é mais ou menos importante (ocupa posição de maior ou menor valor) no contexto da sociedade na qual o periódico circula. Este será o caminho de análise dos periódicos na sua integralidade: observado

o conjunto dos temas tratados pelos jornais, quais são considerados mais relevantes, quais merecem maior destaque? Em cada editoria, que matérias merecem mais destaque: as que tratam de temas locais, capixabas, ou de temas nacionais e internacionais?

Outro caminho a ser tomado será a análise mais detalhada de textos jornalísticos que tratam de temas que se referem explicitamente ao ser capixaba e/ou de sua relação com o Outro. Esta análise terá por foco o estudo das relações implicadas nas estruturas responsáveis pela coerência dos textos, lembrando que “a coerência local se estabelece em relação com o tema corrente e o conhecimento ou as crenças (por exemplo, os argumentos) dos participantes envolvidos.”<sup>10</sup> (VAN DIJK, 1990: 95)

A breve análise de dois textos poderá revelar, de forma mais clara, como o discurso jornalístico configura, na sua estrutura textual, uma posição de valor para a cultura e as identidades, refletindo e participando da construção da cultura. Nesta tarefa, vamos nos valer de *algumas ferramentas* desenvolvidas no âmbito da Análise do Discurso.

### 3.7 Um breve estudo de caso

Estudaremos dois textos, publicados no dia 13 de maio de 2001, nos dois principais jornais diários do Espírito Santo: A Gazeta e A Tribuna. De acordo com o seu público alvo e suas estratégias discursivas, os jornais poderiam ser classificados como sendo um de elite, tendo a maior parte do seu público leitor nas classes A e B (A Gazeta) e outro como popular, tendo a maior parte do seu público leitor nas classes C e D (A Tribuna) (Cf. FERREIRA, 1999). Independentemente dessa diferenciação, e embora os jornais façam diferentes configurações do lugar da mulher na sociedade, são bastante semelhantes na maneira como posicionam a cultura

---

<sup>10</sup> (...) *la coherencia local se establece em relación com el tema corriente y el conocimiento o las creencias (por ejemplo, los argumentos) de los participantes em el habla.*

capixaba. As duas matérias versam sobre o mesmo tema, a Mãe, o que é explicado por comemorar-se na data de sua publicação o Dia das Mães. Ambas foram matéria de capa dos cadernos de cultura dos dois jornais, O Caderno Dois de A Gazeta e o AT2 de A Tribuna.

Na análise dos discursos, nossa atenção estará voltada para perceber as formações discursivas (as ideologias) que conformam a relação da cultura capixaba com outras culturas, ou seja, a relação do Eu capixaba com o Outro, no contexto da cultura capixaba.

Abaixo, reproduzimos os dois primeiros parágrafos de cada texto. A escolha por limitar os exemplos ao princípio dos textos justifica-se por serem nestes dois parágrafos, também chamados de lead e sublead, que, como já vimos, estão expressas as informações mais relevantes da notícia.<sup>11</sup>

- Texto 1

A Gazeta, 13/05/2001, Caderno Dois, primeira página.

***Maternais e roqueiras***

*Na discoteca delas, a fase romântica de Roberto Carlos, provavelmente, passa longe. Repertório romântico, daqueles bem água-com-açúcar também nem pensar. Destruindo aquela máxima bastante propagada de que "mãe é tudo igual", elas não deixaram de fazer mamadeiras, acordar de madrugada com o choro da criança, ajudar os filhos nos primeiros deveres de escola. Porém, de um jeito todo próprio. Na cartilha delas, acordes de guitarra dividiram espaço com as canções de ninar. Seus filhos foram apresentados a Led Zeppelin, Ozzy Osbourne, Bob Dylan, Joan Baez ainda na infância.*

*Foi dentro dessa linha que a empresária Ana Lúcia Nicco Guimarães, 45 anos, criou Ênio, 21, Eros 19, e Elissa, 18, em São Mateus, no norte do Estado. Ela e o marido Ulisses, desde a adolescência, eram apaixonados por rock'n'roll, principalmente rock*

<sup>11</sup> Na versão impressa da dissertação, o fac-símile das matérias está no anexo 1.

*progressivo. Paixão que não foi para o espaço com a chegada dos rebentos. "Claro que não dava para ir aos shows de rock pesado quando eles nasciam, mas nunca parei de ser roqueira", atesta Ana, que não teve nenhuma dificuldade com a adolescência dos rebentos. "Por eu e o pai curtimos rock, a gente acaba falando mais ou menos a mesma língua dos filhos, saímos mais juntos (fomos até para o Rock in Rio III) e a cabeça é parecida", descreve. Problema mesmo é com os CDs. A mãe avisa que tem o maior ciúme dos seus discos e seus "bolachões" do Santana, Neil Young e Iron Maiden. "De vez em quando, eles futucam meus discos e também mexem nos controles do nosso aparelho, montado na nossa sala de som", reclama, mas com parcimônia. Pelo menos, Enio, Eros e Elissa jamais levaram sermão por escutarem som muito alto. "Na verdade, a disputa é acirrada na hora de ouvirmos música", conta, divertida, lembrando que, por prevenção, essas "disputas" são feitas num sítio, bem longe de qualquer vizinho careta.*

- Texto 2

A Tribuna, 13/05/2001, AT2, primeira página

**Só muda o endereço**

*Mãe é tudo igual, no Brasil, na Itália, no Japão, no Oriente Médio. o importante é ver o filho feliz*

*Em meio à nossa louca vida diária, de correria, desgaste e fast-food, quem é que, vez por outra, não suspira: "Que saudade da comida da mamãe!" Só ela sabe quais os nossos pratos prediletos, se gostamos do bife bem passado ou ao ponto e se o feijão tem que ser salgadinho.*

*E vivendo num Estado onde a imigração de vários povos foi intensa, quantas mães diferentes temos! Mesmo as mães descendentes de imigrantes,<sup>12</sup> que nasceram aqui, fazem questão de con-*

<sup>12</sup> O erro de pontuação está mantido na transcrição em nome da fidelidade,



*servar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados.*

Na análise, cumpriremos o seguinte roteiro:

a) Da Superfície Lingüística para o Objeto Discursivo

Nesta etapa, busca-se desvendar a discursividade do texto por meio de uma análise de natureza lingüístico enunciativa construindo um objeto discursivo que desfaz a ilusão de que aquilo que foi dito só poderia sê-lo daquela maneira. Nesse momento trabalha-se com as paráfrases, as sinonímias, as relações do dizer e não-dizer, por exemplo.

b) Do Objeto Discursivo ao Processo Discursivo

Partindo do objeto discursivo, buscaremos relacionar as formações discursivas (ideologias) que se delinearão no jogo de sentido observado pela análise dos processos de significação (paráfrase, sinonímia etc.) com a formação ideológica (contexto social, cultura) que rege essas relações.

c) O Processo Discursivo

Por fim, chega-se aos processos discursivos responsáveis pelos efeitos de sentidos produzidos pelo texto, pelo material simbólico. (cf. ORLANDI, 1999: 77-78)

Na análise dos textos, seguiremos as pistas das técnicas da escrita jornalística, cuja organização segue um conjunto de regras pré-determinadas, como as da organização do lead, que deve, segundo essas regras, responder às clássicas cinco perguntas: o quê, quem, quando, onde e porquê.

No primeiro texto, de A Gazeta, temos o seguinte:

*O quê:* elas não deixaram de fazer mamadeiras, acordar de madrugada com o choro da criança, ajudar os filhos nos primeiros deveres de escola. Porém, de um jeito todo próprio. Na cartilha delas, acordes de guitarra dividiram espaço com as canções de ninar.

---

mas não será considerado na análise, embora prejudique a compreensão do texto.

*Quem: mães*

*Quando:* hoje, no mundo contemporâneo (implícito)

*Onde:* No mundo todo, em cidades grandes e pequenas. “Foi dentro dessa linha que a empresária Ana Lúcia Nicco Guimarães, 45 anos, criou Ênio, 21, Eros 19, e Elissa, 18, em São Mateus, no norte do Estado”; Exemplo: Ao lado Madonna com seu bebê Rocco e o marido Guy Ritchie a tiracolo. A popstar não deixou a carreira de lado, mesmo com a chegada dos filhos (legenda de foto)

*Porquê:* É uma nova geração. “Por eu e o pai curtimos rock, a gente acaba falando mais ou menos a mesma língua dos filhos, saímos mais juntos (fomos até para o Rock in Rio III) e a cabeça é parecida”; “Sou da época do Rolling Stones, dos Beatles, do The Doors. Em casa, nunca houve aquela história de ‘a palavra final do todo poderoso’. Nós fomos sempre iguais, uma verdadeira irmandade” (em outra parte do texto).

Em A Tribuna:

*O quê:* Só ela sabe quais os nossos pratos prediletos

*Quem:* mães; “Que saudade da comida da mamãe!”

*Quando:* hoje, no mundo contemporâneo. Em meio à nossa louca vida diária, de correria, desgaste e fast-food

*Onde:* No Espírito Santo: vivendo num Estado onde a imigração de vários povos foi intensa

*Porquê:* Tradição: Mesmo as mães descendentes de imigrantes, que nasceram aqui, fazem questão de conservar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados.

Podemos agora distinguir nos textos, com maior clareza e em função do contexto social, os seguintes componentes:

- a) o papel da mulher
- b) o relacionamento entre as gerações (mães e filhos)
- c) a relação entre ser capixaba e ser em outra parte, o Eu e o Outro

Nos dois primeiros aspectos os textos divergem:

Enquanto no texto de A Gazeta, embora ainda haja uma dominância do papel de mãe, a mulher pode ser *também* outra coisa,

pode ser “maternal e roqueira”, já no texto de A Tribuna, “mãe é tudo igual”, afirmação do título que é aparentemente negada no segundo parágrafo, “quantas mães diferentes temos”, no entanto essa diferença está nas tradições e no tipo de comida, mas o papel de mãe, o único papel da mulher presente no texto, é sempre igual.

Do mesmo modo, o relacionamento entre as gerações é configurado de maneira bastante diversa. Em A Gazeta, este relacionamento é marcado pelo discurso da igualdade (“Nós fomos sempre iguais, uma verdadeira irmandade”) e do companheirismo (“saímos mais juntos (fomos até para o Rock in Rio III) e a cabeça é parecida”); já em A Tribuna, a mãe é aquela que provê os desejos dos filhos, “Que saudade da comida da mamãe!”.

No entanto, quanto ao terceiro aspecto, a abordagem dos textos é bastante similar. Em A Gazeta, o ser mãe moderna, que é mãe e é mulher, é valorizado por ser um comportamento comum ao mundo moderno do Rock, a ideologia que justifica essa mãe que é também roqueira é válida porque tem a sua origem no rock mundial (“sou da época do Rolling Stones, dos Beatles, do The Doors”) e é partilhada pelos ícones deste mundo jovem (“Madonna com seu bebê Rocco (...) A popstar não deixou a carreira de lado, mesmo com a chegada dos filhos”). E, em A Tribuna, ser mãezona, ser aquela que supre as necessidades e os desejos dos filhos, é justificado pela ideologia da tradição que, no entanto, tem a sua referência também fora do Espírito Santo (“Mesmo as mães descendentes de imigrantes, que nasceram aqui, fazem questão de conservar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados”).

É este último aspecto, que fala diretamente a nossa questão central – como é configurada, na cultura capixaba, a relação entre o Eu capixaba com o Outro, o estrangeiro? - o que mais vai nos interessar para compreender como a identidade capixaba está configurada nestes discursos.

Vamos então nos dedicar à análise de dois trechos em especial, um de cada texto:

Sou da época do Rolling Stones, dos Beatles, do The Doors. Em casa, nunca houve aquela história de ‘a palavra final do todo poderoso’. Nós fomos sempre iguais, uma verdadeira irmandade. (A Gazeta)

E vivendo num Estado onde a imigração de vários povos foi intensa, quantas mães diferentes temos! Mesmo as mães descendentes de imigrantes, que nasceram aqui, fazem questão de conservar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados. (A Tribuna)

Observemos as relações de causalidade entre os enunciados em cada texto, o que é a causa do comportamento descrito no texto, porque o referente do discurso (a mãe capixaba) é como é. Nesta tarefa vamos reescrever os textos (construir paráfrases) explicitando o operador de causalidade implícito nos textos (porque), mas elipsados pela pontuação.

a) Em casa, nunca houve aquela história de ‘a palavra final do todo poderoso’. Nós fomos sempre iguais, uma verdadeira irmandade *porque* sou da época do Rolling Stones, dos Beatles, do The Doors.

b) Quantas mães diferentes temos *porque* vivemos num Estado onde a imigração de vários povos foi intensa e *porque* mesmo as mães descendentes de imigrantes que nasceram aqui fazem questão de conservar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados.

E assim temos um exemplo de como funcionam estes discursos e como eles configuram, ao mesmo tempo em que representam, uma determinada concepção da identidade capixaba. Eles funcionam estabelecendo relações de causalidade entre enunciados, fazendo com que ser mãe moderna capixaba é estar alinhada com o pensamento moderno universal, com a “atitude rock’n’roll” como nomina o texto em outro trecho (não transcrito aqui) e ser mãe tradicional capixaba é conservar as tradições do País de nossos antepassados porque somos um Estado de imigrantes. De todo

modo, o discurso dos textos remete, neste aspecto, à afirmação de que ser bom capixaba é ser como o Outro, é não distinguir-se do outro, é copiá-lo. Determinando assim que o que pode e deve ser dito acerca do capixaba é medi-lo pelo metro do Outro. “O Capixaba é antes de tudo um fraco. No bom sentido: sentimental, modesto, deslumbrado por tudo que vem de fora.” (OLIVEIRA, José Carlos)

As paráfrases construídas também explicitam as formas do funcionamento autoritário do discurso jornalístico. Ao explicitar o operador de causalidade (porque), desvendamos também a presença do autor no texto: relacionar dois enunciados como causa e efeito é já construir uma opinião, uma descrição particular do referente, uma descrição que pressupõe um autor.



# Capítulo 4

## Da análise dos periódicos

Neste capítulo, vamos por mãos à massa dos jornais impressos capixabas. Estes jornais são, a um só tempo, constituídos pelo e constituidores do capixaba. Podemos dizer que os meios de comunicação articulam-se com as culturas em que estão inseridos, assim, eles não apenas formam representações da identidade capixaba, como são também influenciados pela cultura capixaba. Nesta primeira etapa, analisaremos os jornais em busca de reconhecer como a realidade está reorganizada nos jornais e quais os espaços privilegiados de representação do Capixaba e do Outro, neste mundo reordenado.

Numa fase seguinte da pesquisa empírica, nos dedicaremos a um conjunto selecionado de textos buscando perceber e descrever algumas formas pelas quais, nos modos como os textos são construídos, nos modos como a linguagem é posta em funcionamento nos textos jornalísticos, o Capixaba é representado em relação ao Outro.

Dois jornais serão objeto de análise, A Tribuna e A Gazeta. Entre os diversos jornais publicados no Espírito Santo, estes são os de maior importância, com maior tiragem e distribuição, e maior capacidade de influir na formação da sociedade. São também os mais antigos jornais capixabas dos que estão em atividade,

e juntos representam 80% do total de circulação de jornais diários publicados no Espírito Santo.<sup>1</sup>

## 4.1 Os jornais

Fundados na primeira metade do século XX, A Tribuna (AT) em 1938 e a A Gazeta (AG) em 1928, os dois jornais construíram ao longo de sua história uma forte relação com a sociedade capixaba<sup>2</sup> e ampliaram, a partir dos jornais, os seus negócios no campo da comunicação. Hoje, ambos os periódicos são partes minoritárias, do ponto de vista do faturamento, dos dois mais importantes grupos de comunicação do Espírito Santo: a Rede Gazeta e a Rede Tribuna.

Controlando três emissoras de TV no Estado (todas afiliadas da Rede Globo de Televisão), duas rádios, além de dois jornais (A Gazeta e Notícia Agora), a Rede Gazeta de Comunicações é de longe a mais importante e influente. A Rede Tribuna, se pode ser considerada até modesta ao lado da Rede Gazeta, possuiu considerável musculatura quando comparada com os demais grupos de comunicação do Estado. Além de duas emissoras de TV (afiliadas ao Sistema Brasileiro de Televisão), a Rede Tribuna também controla duas rádios (em Vitória e Cachoeiro do Itapemirim), além do jornal A Tribuna.

Um detalhado estudo da articulação dos jornais A Gazeta e A Tribuna com o seu público foi realizado pelo Prof. Giovandro Marcus Ferreira em sua Tese de Doutorado, cujos resultados principais foram publicados na Revista Brasileira de Comunicação, em 1999, e do qual nos valeremos amplamente nas reflexões que seguem.

---

<sup>1</sup> A Tribuna (43%); A Gazeta (37%). Média no segundo semestre de 2001. Fonte: IVC.

<sup>2</sup> Embora o jornal A Tribuna tenha ficado durante alguns anos fora de circulação nos anos 80, hoje o seu vínculo com o público leitor parece estar plenamente recuperado, sendo já, inclusive, o jornal de maior circulação de Espírito Santo.



Segundo Ferreira, o contrato de comunicação que caracteriza a relação entre os jornais e as sociedades nas quais estão inseridos dá-se em duas dimensões: uma pelo viés do produto por meio de um contrato de leitura e outra pela empresa na forma de um contrato institucional.

O contrato de leitura, segundo Eliseo Verón, busca dar conta de compreender os elos que ligam os órgãos de imprensa e seus leitores. Elos estes cultivados pelos órgãos de imprensa ao longo do tempo por meio de uma permanente negociação com os seus leitores. A análise do contrato de leitura busca reconhecer, no funcionamento discursivo dos textos jornalístico, as “invariantes referenciais”, ou seja, um conjunto de regras discursivas que o órgão de imprensa segue na construção discursiva do jornal e que estabelece a “familiaridade” do leitor com o periódico. Para isso o contrato de leitura é organizado, e modifica-se, a partir das aspirações, interesses e expectativas do público leitor; das transformações sócio-culturais; e das condições de concorrência mercadológica do jornal.

O contrato institucional, por seu turno, busca dimensionar as estratégias implicadas no contrato de comunicação que estão além do contrato de leitura, o que significa afirmar que “o contrato proposto pelos jornais implica igualmente em uma forte presença dos sujeitos sociais, sobretudo do jornal enquanto dispositivo e de sua inserção na esfera pública”(FERREIRA, 1999: 85). Ou seja, os jornais, as empresas de comunicação, atuam no contexto social estruturado como instituições sociais, com um conjunto relativamente estável de regras, recursos e relações com as demais esferas do contexto social (Cf. THOMPSON, 1995).

Em seu estudo acerca dos contratos institucionais dos jornais, FERREIRA vale-se da teoria dos campos sociais de Bourdieu para buscar descrever o grau de autonomia do campo jornalístico

em relação a outros campos sociais; seu funcionamento interno, o que implica pensar a hierarquia real entre os sujeitos sociais; e a maneira pela qual esses sujeitos atingem posições diferenciadas.

(...)a definição social do jornalismo está na passagem do acontecido para seu relato que, para Bourdieu, pertence ao poder simbólico (poder de consagrar pessoas e instituições) e faz parte da função mediadora da imprensa, não encontrando-se em nenhuma outra instituição, social ou cultural, a mesma competência. (KUSCHICK, 1996)

Resumidamente, podemos afirmar que

o jornal dispõe de dois patamares de concorrência, onde estabelecerá estratégias e estruturas. Por um lado, ele concorre através de um ‘mercado discursivo’ e por outro através de um ‘mercado social ou institucional’. O estudo do contrato de comunicação procurará analisar as marcas deixadas pelos posicionamentos nestes dois planos, em pé de igualdade. (FERREIRA, 1999: 87)

Em que pese o tempo decorrido desde o período analisado por FERREIRA, 1988 a 1993, e algumas alterações no quadro de concorrência mercadológica entre os jornais, especialmente a superação de A Gazeta por A Tribuna na liderança da circulação, a descrição dos contratos institucionais dos dois periódicos continua válida.

A Gazeta constrói uma posição elitista, voltada especialmente para as camadas superiores da sociedade, buscando uma articulação com os líderes de opinião nos diversos setores. É com esse objetivo que na sua nova sede o jornal tem, à sua frente, um auditório “que se transformou na ‘catedral’ dos líderes do Estado (políticos, culturais, econômicos).” (idem: 90) Outras iniciativas buscam, permanentemente, reforçar esses vínculos e estabelecer,

para o jornal, uma posição privilegiada como estrutura de poder nas suas relações com outros campos sociais. Como exemplo, podemos citar dois grandes simpósios cujo objetivo era o de estabelecer para toda a empresa jornalística e o jornal A Gazeta, uma posição de mediador dos campos sociais, transformado-se no foro de discussão por excelência dos destinos do Estado. Destes encontros – “O Espírito Santo na Constituinte” e “O Espírito Santo no século XXI” – participaram diferentes líderes dos diversos setores sociais e que representavam diferentes posições no contexto social, como lideranças tanto da esquerda quanto da direita no campo político.

As estratégias e estruturas institucionais levaram o grupo ‘Gazeta’ a se tornar um espaço que define a lógica dos diversos campos sociais da região. As elites se encontram e se legitimam em eventos promovidos pelo grupo, o que o credencia de certa maneira a ser um mediador de outros campos sociais. (idem: 91)

Novas iniciativas buscam reforçar essa posição. Em 2001, o jornal lançou dois grandes projetos culturais – “Grandes Espetáculos em Cena” e “Gazeta Shows” – que trazem, mensalmente, à Vitória, espetáculos teatrais e shows musicais com nomes reconhecidos no cenário nacional, como os atores Antônio Fagundes e Regina Duarte e a cantora Ana Carolina. A opção da empresa por projetos cuja finalidade é a de trazer para o Espírito Santo as manifestações artísticas reconhecidas nos grandes centros não é desprovida de sentido – devemos recordar que, como já afirmamos, no quadro de valores da cultura capixaba o bom é o Outro, que o capixaba é provinciano e desprovido dos desejáveis valores modernos, especialmente sob a ótica da elite que é o grupo social mais importante no âmbito do contrato institucional de A Gazeta.

A Tribuna, por outro lado, constrói o seu posicionamento como jornal popular, o que “pode ser percebido pela sua insistência na redução do preço do exemplar (em torno de 60, 70% do exemplar

de A Gazeta), forma mais facilitada de assinatura, oferecimento de prêmios” (idem: 90). Ainda hoje essas mesmas estratégias podem ser verificadas: quanto ao preço, R\$ 0,50 e R\$ 1,00 nos dias de semana e R\$ 1,00 e R\$ 1,50 aos domingos, para A Tribuna e A Gazeta, respectivamente<sup>3</sup>. O oferecimento de prêmios não apenas continua a ser a principal estratégia de marketing do jornal como foi ampliada: hoje, o leitor de A Tribuna é atraído por uma promoção diária, “A tribuna – prêmio todo dia”, cuja chamada está localizada, diariamente, na primeira página, no cabeçalho, ao lado do nome do jornal; e uma mensal, “A Tribuna dá de 10”, que sorteia um carro por mês. A centralidade dessa estratégia, que se sobrepõe inclusive ao conteúdo do jornal, pode ser atestada pelo jingle do periódico, veiculado pelas rádios e TVs do grupo:

Promoção ‘Prêmio todo dia’

Ah... é tudo que eu queria,  
O jornal mais gostoso de ler  
Pode estar premiado.  
Compre a Tribuna

E confira o seu número da sorte  
Na Tribuna, todo dia  
É dia de ganhar

Prêmios todo dia,  
Todo dia, todo dia.

A Tribuna busca, então, estabelecer um contato direto com toda a sociedade, a partir das camadas populares, um posicionamento populista, mais que popular, construído sem passar pelos diferentes setores, pelas diversas lideranças dos grupos sociais. No entanto, essa posição não significa uma posição de independência em relação às elites, pelo contrário.

Aliás, percebemos uma tensão no comportamento institucio-

<sup>3</sup> Preços praticados em agosto de 2001.

nal do Grupo Tribuna. Se, por um lado, ele ignora as estruturas e presença de líderes com suas ações ditas de ‘massa’, por outro ele se coloca numa posição de dependência (e subserviência) a certos líderes, principalmente no que tange aos campos político e econômico. (idem: 91)

## 4.2 Hierarquia dos temas e editorias

No objetivo de mapear como a realidade está reorganizada nos jornais – e quais os espaços privilegiados de representação do Capixaba e do Outro – devemos ter em mente que os jornais buscam, por meio de um conjunto de “invariantes referenciais”, criar uma familiaridade do leitor com o periódico, como forma de constituir um público leitor – o comprador do jornal deve saber, de antemão, que assuntos espera ver tratados no periódico, e onde encontrá-los e, até, com qual tipo de abordagem.

Os jornais são editados, diariamente, a partir de um conjunto pré-determinado de regras, de modelos narrativos, e, uma vez que não constitui objetivo de nossa análise perceber como ou por que razões esses modelos são modificados com o passar do tempo, mas interpretar, a partir do material analisado, como é apresentado e posicionado o capixaba, especialmente em seu “confronto” com o Outro, quais os espaços privilegiados de cada um, não há razão para que nos debruçemos sobre uma amostra por demais extensa. Delimitamos, então, um período de 31 dias, entre 1º e 31 de agosto de 2001, como amostra para a pesquisa empírica nos dois jornais pesquisados. A ampliação deste período, mais do que ampliar significativamente a qualidade da análise, significaria apenas um aumento do esforço investigativo e uma abundância maior de exemplos – uma vez que não há qualquer razão para que o modo como os periódicos configuram a identidade capixaba seja significativamente diferente neste ou em qualquer outro período próximo no tempo.

Para buscar estabelecer quais as editorias mais importantes em

cada jornal, vamos percorrer dois caminhos. De um lado observaremos o número de páginas dedicadas a cada editoria<sup>4</sup>, e de outro a sua inclusão ou não entre as principais chamadas de primeira página no período, de modo a conhecer quais as editorias mais importantes de cada um dos periódicos. Após, analisaremos a hierarquia dentro de cada uma das editorias mais importantes, com a preocupação voltada para o lugar das notícias locais e não-locais, para o lugar do Capixaba e o lugar do Outro.

Na classificação das matérias, foram consideradas locais aquelas que voltam-se para temas ou fatos locais, independente da ‘origem’ do assunto. Assim, uma matéria sobre os preços internacionais do café, será tomada como local se abordar as suas repercussões no Espírito Santo. Ou: uma matéria sobre um show de artista não capixaba que fará show em Vitória, será tema local se tiver como foco o show no Espírito Santo, suas repercussões, fãs clubes locais etc; e será não local se o foco for a trajetória e opiniões do artista.

### 4.3 A Tribuna

A Tribuna é editada em formato tablóide, em um caderno principal com as editorias de Cidades, Regional, Qual a bronca, Opinião/Cartas, Polícia, Economia Concursos, Política, Internacional e Esportes<sup>5</sup>, que traz encartado, além do AT2 (caderno de cultura

---

<sup>4</sup> Por razões de ordem prática, não utilizaremos o critério de centimetragem mas o de páginas: se em uma página há material editorial, essa página será contada, mesmo que a maior parte da área seja dedicada à publicidade. Para os objetivos a que nos propormos, haveria uma variação muito pequena nos números, sem implicações no resultado geral da análise. Foram também desconsideradas diversas páginas em A Tribuna que, no período da amostragem e dentro da editoria de cidades, reproduziram provas do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio).

<sup>5</sup> As editorias de Concursos e Ciência e Medicina não são publicadas diariamente, nem mereceram nenhuma chamada de destaque na capa, e por isso foram desconsideradas. A Tribuna publica ainda, nas primeiras páginas do jornal, sob o título de Reportagem Especial, matéria jornalística que nada, ou

e variedades) e dos Classificados, cadernos especiais de circulação semanal: Jornal da Família, TV Tudo e Informática.

O quadro abaixo mostra o percentual médio de ocupação de páginas das editorias em relação ao total do jornal e o percentual de chamadas de destaque na capa. Como pode ser observado, cinco editorias (Cidades, Polícia, Economia, Política e Esportes) concentram 84,2% das páginas de A Tribuna e 97,9% das chamadas em destaque na capa<sup>6</sup>.

<b>A Tribuna (1° a 31 de agosto de 2001)</b>		
páginas do total (%)	editoria	destaque na capa (%)
23,95	Cidades	23,40
2,83	Regional	0,00
2,47	Qual a bronca	0,00
4,94	Opinião / Cartas	0,00
12,71	Polícia	25,53
16,36	Economia	10,54
13,35	Política	23,40
17,82	Esportes	14,89

É possível, a partir dos dados coletados, perceber que, entre os temas tratados pelo jornal, os considerados mais importantes são aqueles abordados pelas editorias de Cidades, Polícia, Economia,

quase nada acrescenta editorialmente ao periódico, e não merece, na maioria das vezes, nem chamada de capa. Muitas vezes, trata-se apenas de material jornalístico que não “coube” na editoria, onde a “reportagem especial” continua; ou é apenas um assunto de destaque do dia, como as “reportagens especiais” dos dias 29, 30 e 31 de agosto de 2001, todas sobre o seqüestro da filha de Silvio Santos. As chamadas de capa e as páginas ocupadas pelas “reportagens especiais” foram somadas àquelas da editoria afim com o tema abordado.

<sup>6</sup> Na primeira página, A Tribuna apresenta, geralmente, duas chamadas em destaque, uma no texto e outra na foto – apenas ocasionalmente a foto acompanha a chamada de texto. Além dessas chamadas, geralmente três outras são apresentadas no rodapé e três na parte superior da página, acompanhadas de pequenas fotos.

Política e Esportes. A essas acrescentamos o AT2, caderno publicado diariamente e que recebe, também diariamente, chamada na capa. É preciso, agora, que observemos como os temas são hierarquizados dentro das editorias.

### 4.3.1 Cidades

A editoria de cidades abarca um leque bastante variado de assuntos. Desde o cotidiano do local de circulação do periódico até temas nacionais e previsão do tempo, além de uma página, diária, sobre religião. De certa forma, todos os fatos locais e nacionais que não forem pertinentes às editorias de Política, Polícia e Esportes, “caem” na editoria de Cidades. Até mesmo temas que poderiam estar no caderno AT2 foram noticiados na editoria de Cidade, como a morte de Jorge Amado e um show do grupo É o Tcham. Por vezes, até assuntos internacionais vão parar na editoria, como uma matéria sobre a alteração de regras para a “Loteria de Vistos” organizada pelo governo norte-americano. A editoria publica ainda, semanalmente, uma coluna de auto-ajuda de Lair Ribeiro e uma de fofocas da Revista Contigo.

#### *Problemas urbanos*

- Professores da rede estadual aderem à greve
- Falta supermercado no bairro Vila Oásis
- Promotora briga para reduzir passagem

#### *Serviços*

- Nova chance para isenção de taxa (*Vestibular Ufes*)
- Mudam as regras para a Loteria de Vistos (*EEUU*)

#### *Curiosidades*

- Exposição de tubarão em Vitória
- Dona-de-casa é atacada por poodle



*Fato relevante nacional*

– Morre Jorge Amado

A predominância dos temas locais é ampla. Também são locais os temas que recebem maior destaque nas páginas. Arriscando uma tentativa de alinhar um critério de seleção de pautas nessa *miscelânea* que é a editoria de Cidades, podemos dizer que, de um modo geral, as matérias abordam serviços à população (especialmente de baixa renda), problemas urbanos (calçamento, esgoto, saúde e educação, por exemplo), curiosidades (o inusitado), e alguns fatos relevantes da vida nacional que não estejam no âmbito da política, da polícia ou da economia.

**4.3.2 Polícia**

Na editoria de Polícia, também são amplamente predominantes os temas locais, trazendo o jornal apenas alguns fatos mais importantes na área policial acontecidos em outros Estados e que são, de um modo geral, tratados com menor relevância. Os temas são aqueles habitualmente vinculados à essa editoria em todos os jornais (assaltos, assassinatos, seqüestros, rebeliões em prisões etc.).

**4.3.3 Economia**

Esta editoria traz, quase diariamente, duas colunas nacionais (Panorama Econômico, da jornalista Miriam Leitão e Painel SA, da Folha de S. Paulo), além de uma coluna local (Dia-a-Dia) e diversos indicadores econômicos (bolsa, dólar, poupança etc). Essas seções fixas ocupam, geralmente, duas páginas do jornal. Entre as restantes, que são aquelas dedicadas às matérias, a preponderância dos temas locais é grande, numa proporção de quase três assuntos locais para um não-local, consideradas as matérias principais de cada página.

Nas matérias com temática local, os assuntos mais abordados dizem respeito a direitos do consumidor (no período analisado uma grande quantidade de matérias abordava os problemas derivados do racionamento de energia elétrica), movimentos trabalhistas e ações de governo ou investimentos empresariais vistos sob a ótica do aumento da oferta de emprego.

*Temas locais*

- Conta de luz mais cara hoje (7/8/2001)
- Aracruz contrata mais 650 (18/8/2001)
- Escelsa devolve sobretaxa (30/8/2001)
- Fazenda define a distribuição de ICMS (9/8/2001)
- Greve de servidor se amplia (24/8/2001)

*Temas não-locais*

- Malan justifica acordo (15/8/2001)
- Caixa investe em novas lotéricas (26/8/2001)
- INSS reduz exigência para aposentadorias (7/8/2001)

#### **4.3.4 Política**

A editoria de Política traz, diariamente, duas colunas: uma local (Plenário) e uma nacional (Painel, da Folha de S. Paulo), juntas, as colunas ocupam a área correspondente a uma página. Com relação ao tema das matérias, também nesta editoria a predominância é de temas locais, embora numa proporção um pouco menor que na editoria de economia. Em Política são aproximadamente dois destaques locais para cada nacional.

Não apenas as matérias com temas locais são quantitativamente maiores, como são editadas nas primeiras páginas da Editoria, o que aumenta o seu destaque. Os assuntos abordados não diferenciam daquilo que habitualmente recebe espaço nas editorias de Política na maioria dos jornais: as intrigas entre os parlamentares e os governos, denúncias de corrupção e algum espaço para ações do legislativo (aprovação de leis). Ou seja, política,

para as editorias de política, é, no mais das vezes, apenas aquilo que os políticos fazem, ou aquilo que fazem com os políticos.

#### *Temas locais*

- CPIs da Câmara vão convocar 16 pessoas (9/8/2001)
- Três dos 12 acusados de corrupção são liberados (12/8/2001)
- "Governador não foi omissivo"(19/8/2001)
- Governador exonera 2 assessores do vice (25/8/2001)
- Dia decisivo para o impeachment (27/8/2001)

#### *Temas não-locais*

- Novo código civil é aprovado na Câmara (16/8/2001)
- Pressão para Jader renunciar ao Senado (7/8/2001)
- Jader tem de explicar todas as transações (29/8/2001)

### **4.3.5 Esporte**

A editoria de Esportes também traz duas colunas fixas, publicadas diariamente. Igualmente, uma coluna refere-se a temas locais (Olheiro) e outra a temas não-locais (Fernando Calazans), mas ambas tratam apenas de futebol. A predominância do futebol é absoluta: no período analisado, quase 75% (73,23%) das matérias principais de cada página referiam-se a esse esporte. Também grande é a predominância de temas não-locais, ao contrário das outras editorias analisadas: em média, 7 em 10 das matérias principais referem-se a temas não-locais (70,71%).

Por ser a última editoria do caderno principal de A Tribuna, a editoria de Esportes tem à sua disposição a contra-capá do jornal, e é organizada de trás para frente – os assuntos mais destacados pelo critério editorial do jornal são publicados nas últimas páginas. A ordem é fixa, começando pelo fim: futebol brasileiro (especialmente seleção e times do Rio de Janeiro e incluindo a coluna de Fernando Calazans), futebol capixaba (inclui coluna Olheiro), outros esportes (a ordem aí pode variar, por vezes são apresentados primeiro os temas locais, por vezes os não locais).

### 4.3.6 AT2

<b>Matéria</b>	<b>classificação</b>
Água no chope do Saldanha [clube social e esportivo de Vitória]	local
Festa portenha no triatlo [realizado em Vila Velha, ES]	local
Contusão saca Guga de mais um título	não local
Meninos despacham a Itália [seleção brasileira de vôlei]	não local
Shumi no vácuo de Fangio [Fórmula 1]	não local
Serra cochila e é lanterna [Clube de Futebol capixaba]	local
Aviso de Nunes vira palavras ao vento [Nunes é técnico de time local de futebol]	local
Joelho de Ronaldo segura o tranco [Ronaldo, o fenômeno – futebol]	não local
Galo volta a cantar alto [Clube Atlético Mineiro – futebol]	não local
Flu faz quatro e torcida aplaude [Fluminense, time de futebol do RJ]	não local
Flamengo engrenado [time de futebol do RJ]	não local

O caderno AT2 é voltado para assuntos relacionados às artes, comportamento e lazer, especialmente, além das colunas sociais. Por semana, são publicadas 80 páginas<sup>7</sup>, das quais 14 são ocupadas por material não jornalístico (horóscopo, quadrinhos e passatempo, além de uma coluna semanal de filosofia, assinada por Carlo Bussola, e uma capa especial apenas com ilustração nas sextas-feiras, quando o caderno circula com o nome de Fim-de-semana).

Nas 66 páginas restantes, 28 (mais de 40%) são ocupadas,

<sup>7</sup> O caderno circula diariamente com 12 páginas, exceção feita às segundas-feiras, quando circula com 8 páginas.

sempre, por material não local. Essas páginas trazem informações sobre televisão, música, cinema, moda, literatura e cultura pop (incluindo, sempre, a contra-capa do caderno<sup>8</sup>). Quatorze páginas são ocupadas por duas colunas sociais locais (Maurício Prattes e Paulo Octavio).

Restam, então, 26 páginas semanais, das quais 12 são ocupadas pela seção Seu Programa (um guia de cinema, música, teatro, festas etc.), que traz, além dos horários e endereços, pequenas matérias e destaques. O restante, incluindo a capa, é ocupado por uma coluna semanal local dedicada ao mercado publicitário e por matérias diversas relacionadas a arte, lazer e comportamento.

Nessas páginas, editorialmente abertas a temas locais e não locais, pode ser verificado um certo equilíbrio temático, entre os destaques de página, com alguma prioridade para as matérias não-locais. No entanto, observadas apenas as capas do caderno, em 31 edições analisadas, 15 se referiam a temas explicitamente não-locais, 8 traziam matérias de comportamento que mesclam aspectos locais e não locais, e apenas 8 traziam temas locais. Entre as chamadas de capa, 33 destacavam assuntos não-locais e apenas 5 temas locais. Uma lista das matérias de capa publicadas no período pode deixar mais claro os critérios adotados, neste caso, para separar os temas locais dos não locais.

#### *Temas locais*

– Miúdos ganham status

(receitas, curiosidades e dicas de restaurantes para comer miúdos)

– O mundo em 1 km

(aborda um conjunto de restaurantes de comida internacional em Vitória)

---

<sup>8</sup> De terça a sábado, a contra-capa é ocupada pela coluna de Ferreira Netto que, aos domingos é publicada na Revista de TV, sendo substituída pelo Planeta Pop; e nas segundas-feiras, folga do colunista, é publicada, no mesmo espaço, a coluna de Nelson Rubens.

- Sustância na mesa  
(aborda restaurantes de comida ‘pesada’: feijoada, mocotó, rabada etc.)
- Casa dos sonhos à vista  
(abertura de evento de decoração em Vitória)
- Self service na padaria  
(padarias que servem café da manhã)
- Sandy e Junior no Estado  
(serviço dos shows que a dupla realiza, repercussão entre os fãs)
- O domingo dá caldo  
(antes restrito a cinema e pizza, domingo ganha atrações noturnas variadas)
- O Centro vive  
(opções de restaurantes e bares no Centro de Vitória)

*Temas não-locais*

- 14 bis faz turnê no Estado  
(traz histórico e entrevista com a banda, além de agenda dos shows)
- Os macacos estão chegando  
(filme “O planeta dos macacos” que estréia no Estado)
- Guilherme Arantes lota teatro  
(entrevista com o cantor, que faz show em Vitória)
- Para matar a saudade dos ‘tios’  
(entrevista com Michelly Machri, capa da Playboy)
- Papel passado e tudo  
(entrevista com Elba Ramalho, que vai casar em breve)
- Nos embalos do É o Tcham  
(entrevista com jacaré, integrante do grupo que faz shows no Estado)
- Para pirar o cabeção  
(entrevista com a banda O Surto, do Ceará, que faz show no Estado)
- Tem forró no samba  
(entrevista com o grupo Exaltasamba, do RJ, que está lançando CD)

- Cada vez mais romântico  
(entrevista com o cantor Belo, que faz show no Estado)
- Travolta é pura adrenalina  
(filme “A senha”, que estréia no Estado)
- Quem será o papai?  
(especulações sobre o pai do filho de Edna Velho, “atriz”)
- A sapatilha 37 é deles  
(entrevista com grupo paulista de forró que faz shows no Estado)
- Pitbitoca é homem, mano!  
(entrevista com ator que interpreta personagem homossexual em programa de TV nacional)
- O sucesso que vem do além  
(entrevista com autora de livros psicografados)
- Tão bonzinhos que enjoam  
(personagens de TV que são muito bonzinhos, e chatos)

*Comportamento, mesclando assuntos locais e não-locais*

- Alegria de arroz-de-festa  
(quem é convidado para as festas da sociedade?)
- Quanto mais velho, melhor  
(pessoas que ficam mais bonitas com a idade, exemplos locais e nacionais)
- Quando o amor transforma  
(amor, casamento, paquera: exemplos locais e nacionais)
- É hora de dar bandeira  
(moda: exemplos locais e nacionais)
- De perto ninguém é perfeito  
(defeito das belas estrelas: celulite, olheiras etc. – exemplos nacionais e internacionais, dicas de beleza de entrevistados locais)
- A tentação das Anitas  
(garotas mais novas, homens mais velhos – entrevistas locais, mote na minissérie “A presença de Anita” da TV Globo e especialista carioca, psicanalista)
- Paraíso deles, inferno delas  
(comentários sobre pesquisa da revista Playboy que afirma ter Vi-

tória o melhor “Índice Playboy de Qualidade de Vida”, que leva em conta aspectos como *índice de facilidade para ficar com mulher; índice de mulheres bonitas e gostosas, proporção homem mulher na população*)

– É das Anitas que eles gostam mais  
(mulheres mais jovens ou mais velhas? entrevistados locais e nacionais)

Os temas locais são quase sempre relacionados à lazer e comida, com informações sobre bares e restaurantes. No caso dos não-locais, 8 tratam de artistas nacionais que vêm fazer shows no Espírito Santo, mas as matérias abordam os artistas, e não os eventos locais. Inversamente, a matéria “Sandy e Junior no Estado”, por abordar aspectos locais dos shows da dupla, foi classificado como de tema local.

Pode-se constatar, a partir desta análise que, a exemplo da editoria de Esportes, o Caderno AT2 também prioriza, ao hierarquizar a sua pauta, os temas não-locais.

## 4.4 A Gazeta

Editada em formato standart, A Gazeta traz, diariamente, dois cadernos principais e um conjunto de nove editorias fixas: Política, Opinião, Economia, Brasil, Internacional, Grande Vitória, Estado, Polícia, Esportes. O segundo caderno, na maioria das vezes, inicia com a editoria de Grande Vitória, e encerra sempre com a de Esportes, o que confere a elas um destaque especial. Diariamente, o jornal traz também o Caderno Dois e os classificados, além de publicar uma série de cadernos semanais: Revista da TV, Estilo, A Gazetinha, Informática e Turismo.

Em sua primeira página, A Gazeta traz, diariamente, uma manchete principal, e um conjunto de outras chamadas organizadas em cinco das seis colunas em que é dividida a capa do jornal. A coluna restante, à esquerda, traz algumas outras chamadas



além de informações sobre o tempo, índices econômicos, resultado de loterias e índice da edição. Há ainda duas chamadas acima do cabeçalho. Para analisar quais as editorias predominantes na primeira página, foram consideradas apenas as principais chamadas, sendo essas, além da manchete principal, as outras chamadas incluídas nas cinco colunas mais destacadas da primeira página, acima da dobra.

Do mesmo modo que fizemos com a Tribuna, vamos observar a concentração de páginas por editorias e quais as que recebem mais destaque na capa de modo a delimitar quais as editorias mais importantes do jornal.

<b>A Gazeta (1° a 31 de agosto de 2001)</b>		
páginas do total (%)	editoria	destaques na capa (%)
13,84	Política	37,50
8,41	Opinião	0,00
18,05	Economia	18,75
4,34	Brasil	1,88
4,48	Internacional	0,00
17,77	Grande Vitória	16,88
10,72	Estado	0,00
6,38	Polícia	11,25
15,47	Esportes	13,75

Nesta análise, surpreendeu a total ausência, entre os principais destaque de capa, de temas cobertos pela editoria de Estado (que inclui notícias de toda ordem acerca de assuntos referentes aos municípios do Espírito Santo que não integram a Grande Vitória), uma das mais extensas do jornal (10,72% das páginas), e uma considerável presença de temas de Polícia na capa (11,25%), embora a editoria ocupe um percentual limitado de páginas (6,25%).

De todo modo, as outras quatro editorias (Política, Grande Vitória, Economia e Esportes) se destacam, ocupando 65,1% das

páginas dos jornais e estando presente em 86,8% das principais matérias de capa de A Gazeta e podem, pela conjugação destes fatores, serem consideradas aquelas que figuram no topo da hierarquia editorial de A Gazeta. A estas, foi acrescentado o Caderno Dois que, a exemplo do que acontece com o AT2 de A Tribuna, usualmente recebe chamadas de capa.

#### 4.4.1 Política

A editoria de política de A Gazeta prioriza, com grande destaque, os assuntos locais. No período analisado, mais de 80% (82,47 %) das matérias principais das páginas dedicadas a essa editoria tratavam de assuntos locais. Como em A Tribuna e em outros jornais, trata de assuntos que se relacionam com a atividade dos políticos, do Estado e dos Partidos Políticos. Além das matérias, a editoria de política traz duas colunas diárias. Uma local (Praça Oito, assinada por André Hees) e uma nacional (Panorama Político, assinada por Tereza Cruvinel), além de publicar aos domingos, em uma página inteira, a coluna de Élio Gaspari.

##### *Temas locais*

- Jovens capixabas não confiam no governo (5/8/2001)
- José Ignácio terá que depor na Polícia Federal (10/8/2001)
- Juiz decreta a prisão preventiva de Gentil (15/8/2001)
- Servidores do TJ e TC têm reajuste de 11% (20/8/2001)
- Guru desfaz trabalhos contra impeachment (28/8/2001)

##### *Temas não-locais*

- BC vai enviar relatório das operações de Jader (9/8/2001)
- Comissão da Câmara aprova Código de Ética (16/8/2001)
- FHC concede reajuste de 3,5% para servidor (22/8/2001)

#### 4.4.2 Economia

A editoria de Economia faz uma cobertura ainda mais fortemente local, com quase 85% (84,96 %) das matérias referindo-se a temas capixabas. Com relação aos assuntos abordados, há um grande peso na área de negócios, tratando de investimentos de empresas capixabas ou com operações no Espírito Santo (como Vale do Rio Doce e Petrobrás). No período analisado, o racionamento de energia e o seu impacto na economia capixaba foram bastante destacados. Com menor ênfase, são publicadas também matérias de serviços ao leitor, tratando do pagamento do PIS ou do FGTS e ainda relativas a consumo (direito do consumidor ou dicas de consumo). A única coluna permanente da editoria é nacional e assinada por Joelmir Beting.

##### *Temas locais*

- Café atinge preço mais baixo da história (7/8/2001)
- Petrobras investirá R\$ 5 milhões na Ufes (12/8/2001)
- Eletrodomésticos na liquidação do apagão (18/8/2001)
- Carrefour construirá loja na Vila Rubim (24/8/2001)
- Governo investe R\$ 2,9 milhões em moradias (30/8/2001)

##### *Temas não-locais*

- Bancos são os que mais lucram com a crise (12/8/2001)
- Liminar garante desconto menor do IR (22/8/2001)
- Lazer está mais caro para consumidores (26/8/2001)

Esta última matéria merece um destaque especial, por tratar do aumento do custo de vida, destacando que “mensalidades de clubes, cinemas, locação de vídeos e viagens tiveram reajuste de preço”, no Rio de Janeiro. “É o caso do Clube de Regatas Flamengo, que aumentou a taxa de manutenção (para sócios sem dependentes) em 75% (...) o programa principal do fim de semana, cinema, passou de R\$ 11 para R\$ 12”.

A matéria não traz nenhuma menção ao custo de qualquer dos

itens em Vitória. A propósito, o preço do ingresso mais caro, no cinema mais caro de Vitória era, na época, R\$ 11.

### 4.4.3 Grande Vitória

A editoria de Grande Vitória traz uma coluna local de assuntos diversos (Victor Hugo, assinada por Cláudia Feliz), abordando economia, o início da segunda etapa das obras do Shopping Barrasol, em Vila Velha; fatos políticos, posse do novo delegado da Delegacia Regional do Trabalho; cultura, palestra da escritora Ana Maria Machado; sociedade, filho de ex-secretário da Fazenda estadual recebe o grau máximo na capoeira, por exemplo<sup>9</sup>. Há também uma coluna de assuntos religiosos (Coluna da Fé, assinada por Clara Setembrini – pseudônimo).

Os temas tratados na editoria, naturalmente, são todos locais, embora, por vezes, local seja apenas o palco do fato, que tem origem não-local (a cobertura do show de Sandy e Junior, por exemplo – “Sandy & Junior encantam o público”, 27/08/2001 – e por isso são notícia). A maior ênfase (quase 45% das matérias principais das diversas páginas) está nos problemas urbanos (trânsito, saúde, saneamento etc.). Além desses, os outros assuntos abordados na editoria geralmente se referem a curiosidades (“Capixaba quer título de Miss Brasil Gay” – 16/08/2001), assuntos trabalhistas (greves, manifestações etc.), eventos e festas populares.

#### *Problemas urbanos*

- Falta de saneamento atinge um milhão (16/8/2001)
- Vítima de raiva será sepultada em Viana (18/8/2001)
- Radares voltam a multar em setembro (24/8/2001)
- Menina morre atingida por trave de futebol (28/8/2001)
- Supletivo sem vagas revolta candidatos (31/8/2001)

---

<sup>9</sup> Todos os exemplos citados foram retirados da edição de 11 de agosto de 2001.

*Curiosidades*

- Zagallo usa placa com endereço de Itararé (7/8/2001)
- Estudantes de Direito antecipam 'pendura' (11/8/2001)
- Capixaba quer título de Miss Brasil Gay (16/8/2001)

*Assuntos trabalhistas / movimentos organizados*

- Professor de Vitória realiza protesto hoje (8/8/2001)
- Mais de 5 mil aderem à greve federal hoje (22/8/2001)
- Deficientes vão às ruas e exigem direito (24/8/2001)

*Eventos e festas populares*

- Ana Carolina faz show "feminino" em Vitória (7/8/2001)
- Sanduíches ajudam vítimas de câncer [Macdia feliz] (19/8/2001)
- Festa de Vitória terá atrações nacionais [aniversário da cidade](28/8/2001)

Há, ainda, matérias de serviço, como “Sai lista de isentos da taxa do VestUfes 2002” (18/8/2001) e “Enem divulga locais das provas” (22/8/2001) e algumas nas quais o critério editorial adotado não fica claro: “Ex-secretário depõe no inquérito da Cultura”. Trata-se de matéria sobre o depoimento do ex-Secretário de Estadual de Cultura, acerca de acusações de desvios durante a sua gestão – normalmente, seria matéria para Política, Polícia ou até Caderno Dois, mas foi publicada na Grande Vitória, em 11 de agosto de 2001.

#### **4.4.4 Esportes**

A editoria de Esportes de A Gazeta, a exemplo da de A Tribuna, dá prioridade para a cobertura do futebol, abordado pela matéria principal em mais de 60% (63,72%) das páginas. Também em A Gazeta esta editoria é organizada de trás para frente, sendo a sua página mais importante a última do segundo caderno do jornal. Nesta página, no período analisado, todas as matérias principais referiam-se a futebol, tratando ou da seleção brasileira ou da atu-

ação de clubes cariocas no campeonato brasileiro<sup>10</sup>, independente do fato de, neste período, Schumacher ter se tornado tetracampeão mundial, Gustavo Kuerten ter vencido o torneio de Cincinnati e assumido o topo da Corrida dos Campeões, dois clubes capixabas de futebol estarem disputando o Campeonato Brasileiro da Série B, ter ocorrido a última regata do campeonato estadual de remo e um capixaba ter se tornado campeão brasileiro de mountain bike vencendo todas as etapas da competição.

Além das matérias, a editoria publica duas colunas nacionais (Tostão e Na Grande Área, de Armando Nogueira) e uma local (Circuito Amador). No total, 62,83 % das páginas abordaram, na matéria principal, temas não-locais.

#### 4.4.5 Caderno Dois

Seção	Páginas
Televisão	6
Sessões fixas semanais (Livros, Discos, Vídeo, Cinema, Revista Caras em A Gazeta, Fanzine, Prazer & Cia e Universidade)	7,5
Hélio Dórea (coluna social)	3,5
Em foco (Horóscopo, quadrinhos e cruzadas)	5,25
Matérias	8,75
Guia de espetáculos e diversões	7

O Caderno Dois, dedicado à cobertura de temas relacionados a arte, lazer e comportamento, circula de segunda-feira<sup>11</sup> a sábado com 6 páginas e aos domingos com 8 páginas. As 38 páginas semanais do Caderno Dois são assim distribuídas:

<sup>10</sup> Houve uma única exceção, em 30 de agosto de 2001, quando na última página a matéria de principal destaque tratava de um clube de futebol do Espírito Santo.

<sup>11</sup> Nas segundas-feiras, apesar de o caderno circular com 8 páginas, duas são dedicadas aos classificados, restando, portanto apenas 6 páginas jornalísticas. Ocasionalmente, o Caderno circula com 8 páginas nos sábados.

Descontadas as 7 páginas ocupadas pelo Guia, restam 37 páginas semanais que trazem matérias jornalísticas, das quais 11 páginas, 30%, (televisão, livros, discos, vídeo, Revista Caras), trazem quase exclusivamente, e sempre em maior destaque, temas não-locais. Nas 26,5 páginas que restam, as seções Fanzine (dedicada especialmente a comportamento adolescente), Prazer & Cia (traz dicas de bares, restaurantes e consumo) e Universidade (fatos relativos à Universidade Federal e outras Instituições de Ensino Superior do Estado) ocupam 2,5 páginas semanais, predominantemente com temas locais. Fica, então, o espaço de 23,5 páginas para a publicação de matérias em geral, sendo o restante ocupado por horóscopo, quadrinhos, cruzadas e pela coluna social Hélio Dórea.

Desconsideradas as páginas de serviço (Guia e Televisão), foram publicadas, no período analisado, 124 matérias como destaque principal de página no Caderno Dois, das quais 62 tratavam de temas não-locais e 62 de temas locais incluídas as capas do caderno que, a exemplo do que fizemos com A Tribuna, vamos listar de modo a aclarar os critérios adotados para classificá-las como locais e não-locais.

*Temas locais*

- De noite na feira  
(feiras de bairro fazem sucesso em Vitória)
- Varal de versos  
(evento reúne poetas em Manguinhos)
- Sintonia da Ilha  
(bandas capixabas tocam nas rádios)
- Palco do vinho  
(encontro internacional do vinho realizado no ES)
- Momento Elisa  
(entrevista com Elisa Lucinda)
- Os bambas do samba  
(Velha Guarda do Samba Capixaba)
- Meu pai é uma mãe

- Solidariedade no Rock  
(Festival de Rock arrecada doações)
- Jovens rebeldes, pais rigorosos  
(conflito de gerações)
- Fantasia em cena  
(Festival de teatro infantil)
- O professor de samba  
(Edson Papo Furado, sambista capixaba)
- O culto continua  
(Festa reúne fãs de Raul Seixas)
- Congo em alta  
(bandas de congo ressurgem em todo o Estado)
- Ao ar Livre  
(artistas fazem obras especialmente para outdoor)
- Dia de tradição  
(eventos no Dia do Folclore)
- O som dos barzinhos  
(música ao vivo faz sucesso nos bares)
- Tempos modernos  
(boates e casas noturnas GLS)
- Vale quanto pesa  
(obesos felizes com a vida e com o corpo)
- Eta, mundo cão  
(filme é rodado nas ruas da Grande Vitória)
- Tributo à rainha da voz  
(cantora capixaba faz show em homenagem a Dalva de Oliveira)

*Temas não-locais*

- Furacão feminino  
(entrevista com Ana Carolina que fará show em Vitória)
- Homens primatas  
(filme "O planeta dos macacos" que estréia no Estado)
- Padrões de morte  
(entrevista com Nicete Bruno e Paulo Goulart, que se apresentam em Vitória)



- Testemunha da intolerância  
(Anne Frank e tema de exposição itinerante que chega a Vitória)
- Skate na veia  
(entrevista com Charlie Brown jr, que faz show em Vitória)
- Fragmentos femininos  
(filme "Você pode dizer só de olhar pra ela", que estréia em Vitória)
- Simplesmente Nara  
(entrevista com Sérgio Cabral, biógrafo de Nara Leão, que é descrita como 'nascida em Vitória e radicada no Rio desde um ano de idade')
- Vamos pular  
(matéria sobre Sandy e Junior, que fazem shows no Estado)
- O fim por um triz  
(filme 'Treze dias que abalaram o mundo' que estréia em Vitória)
- Jazz à moda francesa  
(entrevista com arcodeonista francês que faz show em Vitória)
- Do grafite ao ouro  
(sobre Antonio Dias que expõe no Estado)

Podemos dizer que, visto pela a ótica da cobertura de temas locais e não-locais, a hierarquia temática do Caderno Dois busca algum equilíbrio. Embora a maior área e a maior parte das sessões fixas do caderno privilegiem a cobertura de temas não-locais, na capa do Caderno a tendência é contrária: em 31 edições analisadas, 18 das matérias de capa traziam temas locais – convém ressaltar, no entanto, que os temas locais abordados no Caderno Dois resumem-se, quase que totalmente, à divulgação de eventos e matérias de comportamento, enquanto os temas não-locais dominam as seções dedicadas à crítica de arte (vídeo, disco, televisão, livros e cinema).

#### **4.4.6 Viva localmente, sonhe globalmente**

Até aqui, traçamos um breve retrato dos jornais A Gazeta e A Tribuna, de como eles (re)organizam discursivamente o mundo

nas suas editorias e, dentro destas, que temas são considerados mais relevantes, de acordo com os critérios editoriais dos jornais, os locais ou os não-locais.

Em ambos os jornais as editorias voltadas para as notícias do cotidiano, para os fatos que se referem diretamente à existência material (saúde, trânsito, economia, emprego, crimes etc.) e indiretamente, no caso da política, cujas notícias são publicados nas editorias de Cidades, Grande Vitória, Política e Economia, são ocupadas prioritariamente por fatos locais – constroem um discurso no qual a existência material cotidiana é vivida localmente.

Ao contrário, nas editorias que se dedicam à cobertura de temas não relacionados à existência material, ao árduo cotidiano de ganhar o pão de cada dia, mas ao imaginário das sociedades, as editorias de Cultura e Esportes, que tratam do mundo glamuroso dos filmes e dos artistas, que tratam da disputa esportiva, que tratam daquilo que fazemos nos tempos de lazer, nas horas em que não nos dedicamos ao trabalho, mas ao prazer, há predominância de temas não-locais<sup>12</sup>.

É um discurso construído sobre o capixaba que afirma, majoritariamente, ser o Espírito Santo o lugar no qual a “Auditoria aponta mais problemas em câmara” (AT, 26/8), a “Escelsa pune 66,7 mil clientes com sobretaxa” (AG, 8/8) e a “falta de saneamento atinge um milhão” (AG, 16/8). Tanto quanto é onde a “Aracruz contrata mais 650” (AT, 18/8), e é “aprovada lei para torre de celulares” (AT, 8/8) e “jovens aprendem a restaurar imóveis” (AG, 28/8).

Enquanto é no lugar do Outro que o “Fla joga na Bahia no ritmo do axé” (AG, 19/8), “Sandy e Junior fazem música para o pai” (AT, 29/8) e onde há “espaço para o experimentalismo” (AG, 15/8).

Alguém poderia objetar que esta escolha temática é apenas

---

<sup>12</sup> Embora no Caderno Dois de A Gazeta haja um equilíbrio formal entre temas locais e não-locais, há espaços do caderno que a temática Capixaba não pode ocupar – justamente aqueles dedicados à literatura, ao cinema, à televisão, ao vídeo e à música – pelo menos não como o principal assunto.

um reflexo da realidade, da oferta de fatos noticiáveis à disposição dos periódicos. E que a prevalência de temas locais nas editoriais de política, por exemplo, é apenas o resultado de estar o Espírito Santo, durante o período pesquisado, atravessando uma das maiores crises políticas de sua história, com a abertura de um pedido de impeachment do Governador. No entanto, o cenário nacional não esteve menos farto de temas noticiáveis, no mesmo período: as denúncias de corrupção contra o Presidente do Senado, as articulações para as eleições presidenciais do ano seguinte e os debates do novo Código Civil e do Pacote Ético na Câmara Federal são fatos contemporâneos do mesmo período.<sup>13</sup> A edição do jornal, a seleção do que será publicado, e com qual grau de importância será publicado, é uma decisão dos jornalistas que tem por referência o que se imagina seja o interesse do leitor, e tem por lugar de construção a cultura capixaba.

Devemos lembrar que os contratos de leitura buscam estabelecer, entre outras coisas, uma “familiaridade” do leitor com o periódico – o consumidor do jornal deve de antemão fazer uma idéia do que encontrará em suas páginas – uma vez que “o leitor é fiel a um jornal, porque ele sabe, antecipadamente e com precisão, qual tipo de discurso ele irá encontrar” (VERON, Eliseo, citado em FERREIRA 1999: 93) e que realizam, necessariamente, uma integração entre texto e contexto, sendo sensível às transformações e humores do contexto social, incluídas as culturas presentes na sociedade em que o jornal circula.

Ou seja, os critérios de hierarquia dos temas dos jornais representam, nos critérios de noticiabilidade, a mesma dificuldade que vimos estar presente na forma como a cultura capixaba posiciona o ser capixaba: como algo limitado às fronteiras da ilha Espírito Santo e enclausurado em si mesmo, incapaz de dominar o noti-

---

<sup>13</sup> Tanto é assim que analisados outros períodos (6 a 12 de novembro de 2000 e 1º a 7 de junho de 2001 em A Tribuna e 25 a 31 de maio de 2001 e 11 a 17 de junho de 2001, em A Gazeta) os resultados foram semelhantes: 72 e 65 % de matérias em destaque de página abordando temas locais nas editoriais de Política de A Gazeta e A Tribuna, respectivamente.

ciário que se relaciona ao imaginário, ao sonho. Estes sonhos, na cultura capixaba, estariam representados pelo Outro: nos clubes de futebol do Rio, nos filmes de Hollywood ou nas novelas da Globo e do SBT, na moda de Paris e São Paulo. Por isso, os assuntos locais são majoritários nos temas referentes às dimensões “concretas” da vida: as necessidades do cotidiano, as agruras da vida, as intrigas da política e a economia. Nos temas relacionados com o lúdico, com o prazer, com a fantasia e o sonho, é predominante, em espaço e importância, o Outro – editoriais de Esporte e cadernos AT2 e Caderno Dois.

Não se trata de afirmar nem que o lugar do Capixaba é ruim, nem que o do Outro é bom, mas que um vincula-se aos aspectos “reais” do cotidiano, enquanto o outro ao imaginário, ao desejo. Que, na cultura capixaba, o que pode e deve ser dito é que devemos “viver” localmente e “sonhar” globalmente.

# Capítulo 5

## Da análise dos textos jornalísticos

Buscar mapear e descrever a presença da marca cultural nos textos jornalísticos, de que forma estes textos buscam estabelecer as relações de poder entre o capixaba e o Outro, de que forma a identidade capixaba está presente e é (re)construída no texto jornalístico, exige-nos um aprofundamento sobre o texto, compreendido aqui do ponto de vista da Análise do Discurso, para a qual o texto é, essencialmente, a forma como um discurso está manifesto. No nosso caso, o interesse estará voltado para a forma lingüística de manifestação do discurso, no caso dos textos jornalísticos. Ou seja, não consideraremos nesta análise outros aspectos dos textos jornalísticos, como a diagramação e o uso das imagens.

Nesta tarefa, vamos pensar a produção textual reconhecendo

(...) a existência de um sujeito planejador / organizador que, em sua inter-relação com outros sujeitos, vai construir um texto, sob a influência de uma complexa rede de fatores, entre os quais a especificidade da situação, o jogo de imagens recíprocas, as crenças, convicções, atitudes dos interactantes, os conhecimentos (supostamente) partilhados, as expecta-

tivas mútuas, as normas e convenções sócio-culturais.  
(KOCH, 2000: 7)

Estaremos, então, tomando o texto como um aspecto material do discurso, e não “o” aspecto material do discurso – ou seja, o discurso não é reduzível ao texto, nem este se confunde com aquele, mas estão presentes no texto aspectos extra-lingüísticos do discurso sob a forma de propriedades e marcas, como as escolhas vocabulares, as construções frasais e a organização do texto que, nas suas relações com o contexto, serão responsáveis pela construção do sentido.

Em nossa análise buscaremos identificar, nos textos jornalísticos, algumas formas que são utilizadas pelo sujeito planejador/organizador do texto e remetem à concepção de identidade capixaba presente na cultura capixaba, particularmente em como organiza a relação do Ser Capixaba com o Outro que, conforme descrevemos no Capítulo II, é organizada pela elite capixaba como uma identidade que opera como impedimento da realização do sonho de modernidade desta mesma elite. É esta a representação da identidade capixaba expressa no interior do discurso jornalístico pelo estabelecimento de relações que valorizam o que é externo ao capixaba e o submete ao arbítrio e ao juízo do Outro.

## 5.1 Coerência Textual

O discurso é manifesto, lingüisticamente, por meio de textos (em sentido estrito). O texto consiste, então, em qualquer passagem falada ou escrita que forma um todo significativo independente de sua extensão. Trata-se, pois, de um contínuo comunicativo contextual caracterizado pelos fatores de textualidade: contextualização, coesão, coerência, intencionalidade, informatividade, aceitabilidade, situacionalidade e intertextualidade (FÁVERO, 2000: 7)

Entre os diversos fatores de textualidade, a nossa atenção estará voltada para a coerência, por referir-se esta não apenas às marcas lingüísticas presentes no texto, mas, num nível macrotextual, à forma como os conceitos e as relações subjacentes ao texto se unem numa configuração acessível e relevante. (IDEM: 10) “A coesão é interna (lingüística) e a coerência, externa, pois diz respeito aos contextos de situação” (KOCH & TRAVAGLIA, 1993: 15)

É importante ressaltar que a coerência não está no texto, mas deve ser construída a partir dele, uma vez que

o texto é considerado como um conjunto de pistas, representadas por elementos lingüísticos de diversas ordens, selecionados e dispostos de acordo com as virtualidades que cada língua põe à disposição dos falantes, no curso de uma atividade verbal, de modo a facultar aos interactantes não apenas a produção de sentidos, como a fundear a própria interação como prática sociocultural. (KOCH, 2000: 26)

Isso significa afirmar que a coerência não é apenas uma propriedade do texto, mas se estabelece além dele, numa situação comunicativa entre usuários que partilham modelos cognitivos comuns ou semelhantes, construídos em dada cultura. (Cf. KOCH & TRAVAGLIA, 1993: 19)

Por ser construída na e pela cultura, é que a coerência deve, de alguma forma, referir-se aos valores e idéias presentes em dada cultura. É essa a nossa hipótese. Ou seja, na análise dos discursos jornalísticos, estará expresso um discurso em que estará presente a cultura capixaba pela necessidade do jornalista em construir textos coerentes com esta cultura, textos que sejam coerentes para seus leitores, por serem coerentes com a cultura que compartilham, a cultura capixaba.

Convém ressaltar que não estamos ocupados em realizar uma análise lingüística, ocupada em trabalhar com as marcas lingüísti-

cas presentes no texto, nem em realizar uma análise de conteúdo, preocupada em compreender o que diz, de que trata o texto. Estamos voltados para uma análise que, partindo da superfície lingüística do texto, busca compreender “como os sentidos – e os sujeitos – nele [na materialidade do texto] se constituem e a seus interlocutores, como efeitos de sentido filiados a uma rede de significação.” (ORLANDI, 1999: 91)

Com este objetivo, seguiremos os passos analíticos já descritos no capítulo 3:

- a. Da Superfície Lingüística para o Objeto Discursivo;
- b. Do Objeto Discursivo ao Processo Discursivo; e
- c. O Processo Discursivo.

Na primeira etapa das análises, vamos construir paráfrases dos textos jornalísticos atribuindo o papel de Sujeito da notícia sempre ao elemento capixaba presente no texto, de tal forma que explicitaremos nas notícias, a relação estabelecida entre o Ser Capixaba e o Outro.

Por exemplo, para o texto “O jornal O Globo elogiou em sua última edição o trabalho do artista plástico capixaba Fulano de Tal”, percorremos o seguinte trajeto com o objetivo de explicitar o que justifica a notícia.

Primeiro, busca-se isolar a idéia central contida na notícia, tendo por Sujeito o Capixaba: “O a artista plástico Fulano de Tal realiza um bom trabalho, é elogiável”; para depois identificar o que justifica essa afirmação: “O jornal O Globo afirmou isso em sua última edição”.

Agora, podemos construir a seguinte paráfrase: “O artista plástico capixaba Fulano de Tal realiza um trabalho de destaque, de qualidade porque/uma vez que o jornal O Globo o elogiou em sua última edição”.

A nossa atenção volta-se, então, para o que justifica, fundamenta, a afirmação central da notícia, e as valorações do Ser Capixaba e do Outro que emergem delas. A partir das paráfrases construídas desta forma, sempre com o Capixaba como sujeito, como aquele acerca de quem se afirma algo, buscamos explicitar



o que justifica a afirmação, tornando explícito o discurso que o texto propõe acerca da posição de valor do sujeito, do capixaba, em relação ao Outro, para que tal fato seja coerente.

No nosso exemplo, a consequência é a valorização do trabalho do artista plástico capixaba, e a causa desta proposição nos revela o papel do Outro, que tem, neste caso, a função de justificar, de atestar o valor o capixaba. Podemos afirmar que Fulano de Tal faz um trabalho de qualidade, porque o Jornal O Globo afirmou que faz.

Deste modo, explicitamos a forma como a relação entre o Ser Capixaba (o artista plástico) e o Outro (o jornal O Globo) estão construídas no Processo Discursivo, em sua relação com as formações discursivas configuradas pela cultura capixaba: de Valorização do Ser Capixaba pelo Outro. Ou seja, se, como descrevemos, a formação discursiva nos fornece a concepção de que o Outro representa os valores positivos da modernidade e da contemporaneidade, é por esta razão que ela pode ser a causa da proposição de valor do Ser Capixaba (do Eu), é por esta razão que o seu elogio ao Eu tem a capacidade de valorizá-lo.

## 5.2 As relações

A nossa atenção volta-se, então, para as diferentes formas que estas justificativas das proposições centrais dos textos implicam em modelos de valoração do Ser Capixaba em relação ao Outro podem assumir.

Seguindo o percurso analítico descrito, três tipos de relações do Ser Capixaba e do Outro emergiram dos processos discursivos em seu encontro com as formações discursivas presentes na cultura capixaba:

- a. Relação de Comparação
- b. Relação de Associação
- c. Relação de Autoridade

Antes de nos determos na descrição de cada umas relações,

convém explicitar o modo como foi construído o corpus de análise. Foram selecionadas, entre os textos jornalísticos publicados no corpo<sup>1</sup> dos jornais A Gazeta e A Tribuna no período de 1º a 31 de agosto de 2001, aqueles que estabeleciam uma relação de valor entre o Capixaba e o Outro, como resultado da forma como o texto foi construído. Isto significa dizer que não foram consideradas nesta amostragem matérias que trouxessem relações de valor que fossem exclusivamente a reprodução de uma relação formalmente definida na sociedade. Este é o caso, por exemplo das diversas matérias alusivas ao racionamento de energia e que apresentavam a subsunção de uma norma estabelecida regionalmente pela concessionária dos serviços no Espírito Santo àquelas estabelecidas pela *Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL* – ou pela *Câmara de Energia Elétrica*; ou aquelas que aludem a uma decisão tomada por uma corte de justiça no Espírito Santo e que podem ser modificadas por força de um recurso a um tribunal hierarquicamente superior no Rio de Janeiro ou em Brasília.

Nestes casos, embora haja uma relação de valor estabelecida entre aquilo que é Capixaba e aquilo que não é, ela é apenas o reflexo de relações institucionalmente definidas pela sociedade, e, embora contribuam para a construção da identidade capixaba, reforçando a sua posição de inferioridade em relação ao outro, não são fruto do trabalho do jornalista, mas são apenas o reflexo, no texto jornalístico, dessas relações. Embora não desconsideremos que a passividade muitas vezes presente na forma com que essas relações assimétricas são tratadas na imprensa, optamos por não incluí-las na amostra de modo a nos prendermos àqueles casos em que as relações assimétricas de valor entre o Capixaba e o Outro não são o reflexo de relações institucionalmente definidas, mas o resultado de uma representação das assimetrias de valor configuradas pela cultura capixaba.

---

<sup>1</sup> Não foram considerados na análise os cadernos preponderantemente publicitários, como de imóveis, informática e moda. Tanto quanto também não foram considerados os textos opinativos de não jornalistas publicados pelo periódico.

### 5.2.1 Relação de Comparação

A Relação de Comparação ocorre quando o que justifica ou explica uma proposição X é a sua comparação com outra proposição Y. Neste caso, a proposição Y opera como índice de verdade. Por exemplo, “O show foi muito organizado, já que parecia coisa de primeiro mundo.” É a comparação com o primeiro mundo, índice de verdade porque representa o mundo desejado, organizado, que justifica a proposição de que o show foi muito organizado. Ou, inversamente, “o show foi uma desorganização porque somos do terceiro mundo”.

Na formação discursiva construída pela cultura capixaba, o índice de verdade, o índice de valor positivo é o Outro, portanto uma proposição de valor positivo será justificada pela coincidência com os valores do Outro, e uma de valor negativo, pela discorância.

#### Exemplo 1:<sup>2</sup>

Muito oportuna a idéia lançada pela arquiteta Thaís Wanderley Guasti, que com sua juventude de recém formada chega ao mercado com idéias arejadas. Ela está propondo a exemplo das grandes metrópoles do mundo uma torre monumental que abrigue as antenas de todas as emissoras, desfazendo o paliteiro em que se transformou o morro da Fonte Grande.

A própria Fonte Grande seria o endereço da construção, que posaria como um cartão postal da Capital. (A Tribuna, 09.08.2001, AT 2, pg 4 – coluna Maurício Prates)

Proposição central: a arquiteta Thaís Guasti propõe uma boa idéia para a cidade

O que a justifica: a idéia é boa por quê o mesmo é feito nas “grandes metrópoles do mundo”

---

<sup>2</sup> Na versão impressa, todos os textos citados neste cap. estão reproduzidos, em fac-símile, nos anexo III.

**Exemplo 2:****Retrocesso Industrial**

A proibição de plantio de eucalipto está empurrando a Aracruz Celulose para fora do Estado. Aliás essa não é a primeira vez que áreas oficiais espantam a indústria do Espírito Santo, enquanto outros Estados escancaram as suas portas. (A Gazeta, 30.08.2001, Caderno Dois, página 5 – Coluna Hélio Dórea)

Proposição central: O Estado do Espírito Santo continua perdendo investimentos, espantando as indústrias

O que a justifica: O Estado capixaba espanta os investimentos, ao contrário do de outros Estados, que “escancaram as suas portas”

**Exemplo 3:****Melhores equipes de pesca do Brasil no ES**

Algumas das melhores equipes de pesca de arremesso do país estarão em ação no próximo final de semana na Praia de Camburi, em Vitória, na XVI Taça Cidade de Vitória de Pesca de Arremesso. Até o final da tarde de ontem cerca de 60 equipes já haviam confirmado presença, dentre elas as renomadas Abissal, Z-13 e Barracuda, do Rio de Janeiro; Mauá, de São Paulo e Anzol de Ouro, do Rio Grande do Sul.

O torneio terá também ampla adesão dos clubes locais. Todos os oito que disputaram a competição no ano passado garantiram participação. A novidade será a estréia do Álvares Cabral. (...)

(A Gazeta, 22.08.01, página 22 – editoria de Esportes)

Proposição central: Equipes capixabas de pesca participam, como coadjuvantes, de torneio que reúne as melhores equipes de pesca do país

O que a justifica: a participação é como coadjuvante por quê as melhores equipes do Brasil, são renomadas porque são, supõe-se, vencedoras em Estados como Rio de Janeiro, São Paulo e Rio

Grande do Sul (supostamente mais desenvolvidos que o Espírito Santo) participam da competição

Fica patente que a relevância atribuída às equipes de outros Estados é resultado de sua associação ao que representam estes Estados quando se observa o resultado da competição: Além do segundo lugar, seis dos dez primeiros classificados gerais foram equipes capixabas, que também venceram em quatro das cinco categorias disputadas.

### 5.2.2 Relação de Associação

Neste tipo de relação, o que justifica uma certa proposição é a associação do sujeito desta proposição a um outro sujeito. Não há um discurso do Outro sobre o Eu, como no caso da relação de Autoridade, nem o sujeito da proposição é comparado ao Outro. Um exemplo: “O pintor morou durante o ano em Nova York”. Neste caso não há um discurso de Nova York acerca do pintor, Nova York não atesta a qualidade do pintor, também não há uma comparação entre as obras do pintor e a arte em Nova York. O discurso que o texto propõe é associar o pintor a um outro discurso que diz ser Nova York um grande centro de produção artística.

No caso da cultura capixaba, esta relação surge quando a valorização do Capixaba é resultado de sua associação a algo que é externo ao capixaba. Por participar do universo do Outro, ou pelo Outro participar de algo que é tido como capixaba, é que é valorizado positivamente o capixaba.

Exemplo 4:

#### *Arte e Cultura*

Toda vez que se falar em arte e cultura a gente tem de tirar o chapéu para a minha amiga Sônia Cabral. Em seu período no Departamento de Cultura, além de ter criado a Filarmônica do Espírito Santo, ela trouxe à cidade os balés do Senegal, Tahiti, Rússia e Itália, e orquestras da Polônia, Rússia, Hungria, França, Ro-

mênia e Bulgária. Pelas mãos de Sônia também vieram pianistas famosos: o russo Sergei Dorensky, o português Sérgio Varela Cid, o inglês John York, o romeno Vladi Simeonov. E semiclássicos, como o franco-argentino Astor Piazzola, o britânico Art Blakey e a americana Sarah Vaughn. (A Gazeta, 08.08.01, Caderno Dois, página 7 – coluna Hélio Dórea)

Proposição central: Sônia Cabral, ex-diretora do Departamento de Cultura foi uma grande diretora, fez um bom trabalho

O que a justifica: o fato de ter trazido a Vitória várias atrações internacionais, especialmente clássicos e “semiclássicos”, e ter criado a Filarmônica do Espírito Santo

Ou seja, é porque a imagem de Sônia Cabral como Diretora do Departamento de Cultura está associada a artistas não capixabas, ao Outro; e também à arte erudita, que faz parte do patrimônio cultural do Outro, que “a gente tem de tirar o chapéu” para o seu trabalho.

Exemplo 5:

Juiz capixaba dirige jogo de estréia do Flu

*Wallace Valente será o juiz da partida em que o tricolor tenta mostrar, contra o Sport, que ainda está bem vivo*

*Depois de mais de 40 dias só de treinos e amistosos, o novo Fluminense finalmente entra em campo para estreiar no brasileiro. (...) (A Tribuna, 01.08.01, página 35 – editoria de Esportes)*

Proposição Central: Árbitro capixaba é um bom árbitro, é um juiz importante, valorizado

O que a justifica: o fato de apitar o jogo do Fluminense, e só. O jogo, por sinal, é o único assunto da matéria. O texto não cita, nem uma única vez, o juiz do jogo e a sua naturalidade, que estão destacados no título e no olho da matéria.

O fato de o jogo ser o único assunto do texto torna claro, de forma bastante explícita, que o que torna o árbitro capixaba im-

portante é a sua associação a um jogo do Fluminense, clube do Rio de Janeiro.

### 5.2.3 Relação de Autoridade

Já descrita anteriormente, a Relação de Autoridade surge quando o que justifica uma dada proposição é uma outra proposição, feita pelo Outro. Como na oração: “A obra ficou muito bem feita, destacou Fulano de Tal.” A proposição elipsada na oração, “Fulano de Tal disse que a obra ficou muito bem feita”, opera como justificativa da proposição “A obra ficou muito bem feita”, porque é tomada como discurso de autoridade.

Neste caso, na articulação com a formação discursiva da cultura capixaba, o valor do Sujeito Capixaba será derivado da opinião do Outro. O Sujeito Capixaba é algo, positivo ou negativo, por que o Outro assim o define. O discurso do Outro é, por representar os valores positivos, tomado como discurso de autoridade.

Exemplo 6:

Cooperativa linhareense fará 750 mil bonecos

A encomenda é de empresas paulistas e os bonecos serão usados pela McDonald's

A Cooperativa de Artes Profissionais e Incorporados de Linhares (Capil) deu início à confecção de 120 mil bonecos de pano, batizados de *Mascarados*, a serem distribuídos como brindes para os consumidores da rede McDonalds. O presidente da Capil, Eduardo Chile de Souza, informou, ontem, que concluída esta primeira remessa, prevista para 30 dias, a cooperativa assume novo contrato, desta vez para confeccionar 750 mil peças.

(...)

Segundo relatou Souza, representantes da Estrela do Brasil, McDonald's e da El Charro visitaram no último mês as instalações da Capil, a fim de conhecer o empreendimento. “A mão-de-obra especializada e qualidade dos maquinários foram fatores primor-

diais para que conseguíssemos este trabalho”, avaliou o presidente da cooperativa. O custo de cada miniatura está estabelecido em R\$ 0,35.

(...)

Legenda de foto – Critérios: A qualidade do equipamento e da mão-de-obra da Capil foram decisivos para que a cooperativa fosse incluída entre as que atendem às empresas paulistas.

(A Gazeta, 22.08.01, segundo caderno, página 18 – editoria de Estado)

Proposição central: Cooperativa capixaba faz trabalho de qualidade, tem mão-de-obra especializada e bons equipamentos

O que a justifica: o trabalho é de qualidade porque a cooperativa foi contratada por empresas paulistas

Convém destacar que a forma como o texto está organizado reforça, nas duas oportunidades em que menciona estas qualidades, que o que permite atestar esta mesma qualidade é o contrato firmado com as empresas paulista, já que estas qualidades “foram fatores primordiais para que conseguíssemos este trabalho” e “foram decisivos para que a cooperativa fosse incluída entre as que atendem às empresas paulistas”. Ou seja, as empresas paulistas são mais exigentes, é preciso ser moderno e bom para *conseguir* trabalhar com eles, para *ser incluído* entre seus fornecedores. Logo, é o fato de terem sido contratados pela empresa paulista que atesta a qualidade do trabalho.

Exemplo 7:

Idéia capixaba

*A loja com conceito de terceiro milênio Bhara, que é sucesso absoluto entre as dondocas de São Paulo, pertence à capixaba Cristina Pinheiro Protasio e cuida do corpo, da mente e da alma, virou franquia.*

*A nova Bhara que foi inaugurada semana passada no Shopping Forum de Ipanema, no Rio, é franquia, e teve coquetel de*



*lançamento para 100 pessoas, mas a expectativa era tanta que apareceram 600. (A Tribuna, 29.08.01, AT 2, página 8 – coluna Paulo Octávio)*

Proposição central: A capixaba Cristina Protasio teve e desenvolveu uma boa idéia.

O que a justifica: A idéia é boa uma vez que é sucesso absoluto entre as dondocas de São Paulo, e virou franquia em shopping no Rio.

Mais uma vez, o que afirma o valor do Capixaba é a sua associação a valores do Outro, manifesto aqui na forma de sua aceitação pelo Outro: “sucesso absoluto entre as dondocas de São Paulo”.

### **5.3 A presença das relações nos jornais**

Observadas 31 edições de cada um dos jornais, no período entre 1° e 31 de agosto de 2001, foram selecionados um total de 69 textos<sup>3</sup> que constroem uma das três relações descritas anteriormente (Associação, Comparação e Autoridade), em concordância com a forma que descrevemos ser aquela proposta pela formação discursiva da cultura capixaba.

A grande quantidade de material concordante com a nossa hipótese é o primeiro dado que chama a atenção, e é mesmo o mais importante. Isto significa, considerada a amostragem com que trabalhamos, que os leitores dos jornais *A Gazeta* e *A Tribuna* recebem, diariamente, como “informação verdadeira”<sup>4</sup>, mais de duas matérias, em média, que reforçam a construção da identi-

<sup>3</sup> As notas presentes nas colunas foram consideradas como uma matéria cada, assim como quadros ou retrancas. A relação completa das matérias está reproduzida [na versão impressa] nos anexos 4 e 5.

<sup>4</sup> Não se trata de afirmar ou negar que as informações veiculadas pelos jornais sejam verdadeiras, mas recordar que elas são um recorte específico da realidade, uma das muitas formas possíveis de narrar os fatos, de construir o texto acerca dos fatos; ao contrário do que propõe a ideologia do jornalismo

dade capixaba a partir do Outro, como algo que só pode ser sendo igual ao Outro.

No que concerne à incidência dos textos nos dois jornais, 37,7% (26 textos) foram editadas no Jornal A Gazeta, e 62,3% (43 textos), no Jornal A Tribuna. A diferença não permite afirmar que haja uma discrepância significativa na forma de abordagem das questões pelos periódicos, mas chama a atenção para a alta incidência de textos identificados nas colunas dos jornais. Sessenta por cento dos textos foram publicados em quatro colunas (Maurício Prates e Paulo Octávio de A Tribuna; e Hélio Dórea e Victor Hugo de A Gazeta). Entre estas, a coluna Paulo Octávio trouxe, sozinha, quase tantos textos identificados pela pesquisa quanto o jornal A Gazeta.

**Tabela 1**

<b>Textos identificados por colunas</b>		
<b>Colunas</b>	<b>Jornal</b>	<b>qtde.</b>
Maurício Prates	A Tribuna	8
Paulo Octavio	A Tribuna	21
Hélio Dórea	A Gazeta	8
Victor Hugo	A Gazeta	4

Esta grande incidência de textos identificadas nas colunas provavelmente deve-se à maior liberdade editorial que os jornalistas dispõem nestes espaços, nas quais a presença, de forma mais explícita, da opinião dos autores dos textos é, na maior parte das vezes, desejada. Mas também podemos supor que, pelas colunas voltarem-se para noticiar os fatos bastante cotidianos (festas, focas, relações sociais e familiares), elas estariam mais abertas a representar, de forma mais contundente, as culturas em que estão

que, como buscamos descrever no Capítulo III, propõe-se ao leitor como verdade única e irrefutável, como um discurso autoritário.

inscritas. Isto porque nestes fatos cotidianos a cultura é permanentemente reconstruída e está representada.

De todo modo, é também muito relevante que em praticamente todas as editorias há ocorrências de textos com as características pesquisadas. Entre aquelas mais relevantes, descritas no Capítulo IV, apenas nas editorias e Política dos dois jornais, nenhuma ocorrência foi identificada.<sup>5</sup> (tabela 2)

**Tabela 2**

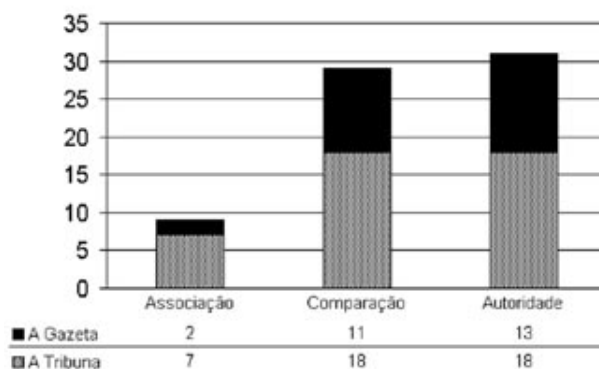
<b>Matérias identificadas por editorias</b>		
Editoria / Caderno	A Tribuna	A Gazeta
AT 2 / Caderno Dois	36	13
Cidades / Grande Vitória	2	4
Economia	1	4
Esportes	3	3
Polícia	1	1
Regional / Estado	-	1

E é relevante esta incidência bastante distribuída das matérias (a maior ocorrência nos cadernos AT2 e Caderno Dois, deve-se a serem três, das quatro colunas, publicadas nestes cadernos), por reforçar a presença no todo da orientação editorial e no conjunto do trabalho dos jornalistas, do mesmo modo que no caso dos contratos de leitura propostos pelos critérios de noticiabilidade analisados no capítulo anterior, da representação, nos jornais impressos diários do Espírito Santo, da identidade capixaba tal qual ela é proposta na cultura capixaba.

<sup>5</sup> O fato de não terem surgido, na amostra selecionada, nenhuma relação nas editorias de Política, provavelmente decorre de serem as relações neste campo muito institucionalizadas e, possivelmente, por terem os jornalistas de política uma sensibilidade mais apurada para as conseqüências da construção de relações entre os fatos políticos locais e os externos, por conta do alto poder de retaliação dos atores envolvidos.

No que concerne aos tipos de relação, em ambos os periódicos as relações de comparação e autoridade são muito mais presentes que a relação de associação (84% do total em A Tribuna e 92% em A Gazeta - gráfico 2). Isto nos propõe a importância que a opinião do Outro tem para o Capixaba, fato que pode ser atestado pela grande quantidade de textos dedicados a reproduzir ou destacar afirmações acerca do Capixaba expressas por pessoas ou entidades (geralmente jornais) de fora do Espírito Santo. (4 textos em A Gazeta e 8 em A Tribuna – 17,4 % total de textos).

Tanto quanto revela, pela grande incidência de textos que comparam o que é Capixaba com o que não é para afirmar (quando coincidente) e negar (quando divergente) a qualidade daquilo que é capixaba, o papel que o Outro exerce de modelo a ser copiado.



## 5.4 Quem é o Outro?

Naturalmente, não são apenas estas as formas em que surgem, no texto jornalístico, as relações entre o Capixaba e Outro. Privilegiamos estas por serem as de maior incidência e aquelas que de maneira bastante clara expressam que quando o Outro e o Capixaba estiverem em questão, o que *pode e deve ser dito* é que o Outro é o lado positivo da moeda, é a regra que estabelece o bom,

o correto, o desejável. Como afirmamos no início do capítulo anterior.

Há, sim, exceções, matérias que subvertem esta formação discursiva e nas quais o Capixaba surge como positivo frente ao Outro. Na amostra pesquisada, apenas sete matérias realizam relações de valor entre o Capixaba e o Outro, segundo os mesmos critérios utilizados na análise anterior, nas quais o Capixaba é representado como melhor que o Outro, ou seja, é bom porque é diferente do Outro, que deixa, assim, de ser o padrão a ser seguido.<sup>6</sup> Ainda assim, em uma das matérias (exemplo 8), o espanto do jornalista com o fato está expresso logo no início da nota: “por incrível que pareça...”.

#### Exemplo 8

Por incrível que pareça, dos 162 processos abertos pelo Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) para julgar propagandas nenhum se refere ao Espírito Santo.

(...)

O presidente em exercício do Sapes [Sindicado das Agências de Publicidade do Espírito Santo], Francisco Bueno, garante que a entidade tem exercitado suas funções reguladoras, contendo no nascedouro eventuais distorções. O mercado agradece. (A Tribuna, 02.08.01, AT 2, página 4, Coluna Maurício Prates)

No exemplo 9, abaixo, o fato positivo, por ser excepcional, fora do padrão, merece uma explicação que relativiza o seu valor, a despeito de ser incoerente com as informações trazidas pela própria matéria – se o resultado da pesquisa é que “do total de moradores da capital, 31% têm emprego formal”, como é possível afirmar que “muitos destes trabalhadores se deslocam de Vila Velha, Serra e Cariacica para apenas trabalharem na Capital”?

---

<sup>6</sup> A lista completa das exceções está no anexo IV da versão impressa.

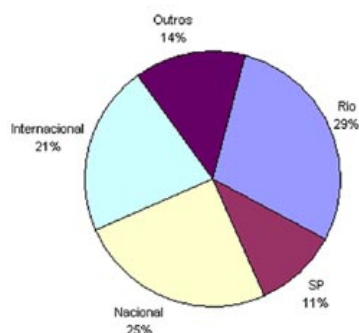
### Exemplo 9

Vitória lidera o ranking de carteira assinada no país

Primeiro censo sobre trabalho formal e salários realizado pelo Ministério da Previdência Social mostra que 31% dos trabalhadores da Capital têm emprego formal

*O Município de Vitória tem o maior índice de trabalhadores com carteira assinada do país, ou seja, do total de moradores da capital, 31% têm emprego formal. O índice pode parecer alto, mas é preciso lembrar que a cidade tem grandes empresas sediadas aqui e muitos destes trabalhadores se deslocam de Vila Velha, Serra e Cariacica para apenas trabalharem na Capital, o que justifica, em parte, o resultado. (A Gazeta, 19.08.01, Economia, página 12)*

A matéria também não questiona os dados com relação a outras capitais onde, supõe-se, seria natural que o índice de trabalho fosse seja elevado, como Florianópolis, Curitiba e Belo Horizonte – segunda, terceira e quarta colocadas na pesquisa, respectivamente.



Resta ainda observar que os Outros aos quais os textos selecionados na amostra referem-se, são, especialmente, as sociedades do Rio e de São Paulo, o carioca e o paulista, que aparecem em 40% das referências. O Rio, sozinho, em 30%. Também são muito relevantes as presenças de referências nacionais, sem

identificação clara com alguma cultura regional e a outros países (internacionais).

Esta predileção pelo Rio como referência a ser seguida guarda certamente relações com a história de dominação da política, econômica e social do Espírito Santo pelo Estado vizinho. Na Política por ser o Rio, entre o século XVII e 1960, a capital brasileira, lugar das decisões que impingiram o constrangimento da política capixaba até meados do século passado, como descrevemos anteriormente. Igualmente, até a construção do Porto de Vitória nas primeiras décadas do século XX toda a região sul do Estado, a mais rica até aquele período, mantinha relações econômicas e sociais com o Rio de Janeiro. E lembremos, é um coronel do sul do Estado, Jerônimo Monteiro, oriundo deste ambiente culturalmente ligado ao Rio, que vai desenhar o sonho de modernidade da elite capixaba.

É assim que o capixaba surge nas páginas dos dois jornais diários da capital capixaba, é sendo no exercício de não ser, que bom, bom mesmo é ser o Outro, como nessa afirmação do escritor Oscar Gama que trazemos de volta, lá do Capítulo II, onde já foi citada.

O temperamento do capixaba é muito fechado. Ele não tem uma extroversão como a dos mineiros, paulistas e cariocas. Uma extroversão que é necessária para você constituir uma identidade cultural. A gente configura esse fechamento naquela metáfora de que aqui é como uma lata cheia de caranguejos. Um quer sair da lata e outro puxa. (GAMA FILHO, Oscar)

Estão presentes, na forma como os textos jornalísticos constroem a relação entre o Eu capixaba e o Outro, ecos de uma conceituação de cultura que afirma como cultura apenas aquilo que é produzido pela elite, as belas-artes, as belas-letras, a literatura, e “que servia para chamar o povo de inculto, como se não

ter a mesma cultura da elite fosse não ter cultura.” (MARTIN-BARBERO, 2000: 157)

Do mesmo modo, como buscamos descrever no Capítulo II, a cultura capixaba, na forma como é construída por sua elite, busca afirmar como positivo aquilo que é produzido pelo Outro, negando ao capixaba o direito de afirmar a sua existência como Sujeito. Apenas o Outro é dotado de identidade e é, por isso, tomado como padrão, o que acaba por impedir a construção de um discurso que afirme o capixaba para, a partir dele, do Ser Capixaba, descrever e compreender o mundo.

## 5.5 Um Outro Capixaba

Das diversas formas como o capixaba é representado no discurso jornalístico, há ainda mais uma que vamos explorar brevemente neste trabalho. No mesmo período analisado nos capítulos anteriores, foram selecionados dois textos que, de alguma forma, fazem afirmações, constroem representações sobre que é o capixaba sem estabelecer relações de valor com o Outro, mas construindo imagens do que é ser Capixaba.

### Exemplo 10

O Espírito Santo agradece a Roberto Serpa e sua equipe pelo evento [4º Encontro Internacional do Vinho] que eleva o nome do ES no Brasil, e em boa parte do mundo, por suas belezas naturais, seu povo ordeiro e carinhoso no receber o visitante, dentre tantas outras coisas positivas que o capixaba tem para dar, sem vender, porque vem de dentro do coração.

(AT, Maurício Prates, AT2, 07/08/2001)

A nossa atenção se volta para as expressões que qualificam as coisas capixabas. No texto, o Espírito Santo é descrito como lugar de

- a. belezas naturais;



- b. povo ordeiro;
- c. povo carinhoso;
- d. coisas que vem de dentro do coração

É isto que “eleva o nome do ES no Brasil, e em boa parte do mundo”.

Podemos reconstruir este texto assim: O que há de positivo no Espírito Santo é a natureza e um certo ar bucólico, uma tranqüilidade.

Se o discurso do exemplo é uma afirmação positiva do Capixaba, o é por suas qualidades provincianas, brejeiras. De todo modo, o que há de bom no Capixaba, que “eleva o nome do ES no Brasil, e em boa parte do mundo” são marcas identitárias que o qualificam como não moderno, que isto é coisa que não pode e não deve ser dita dele.

Outro texto contrapõe a idéia de modernidade, de coisa contemporânea, atual ao Capixaba. A matéria trata do bar Ilha do Guto, na moda à época de sua publicação e que reunia, no Centro Antigo de Vitória, o que a jornalista denominou “os modernos” da cidade.

#### Exemplo 11

##### *Cantinho cativo no Centro*

*- O bar Ilha do Guto, atrás da antiga Assembléia Legislativa, resgata a tribo dos modernos com música, artes e comida capixaba*

*Embora a cozinha siga as regras da tradicional culinária capixaba, o lugar virou point dos modernos por sua diversidade cultural. Por lá vem rolando exposições, saraus de poesia e principalmente acústicos com nomes como Tammy, Verônica Cerqueira e Marcela Lobo.*

*Para completar o clima, Guto Fernandes apresenta novos pratos à base de frutos do mar, que é o forte daquele cantinho pra lá de capixaba. Vale a pena conferir. (AT, AT2, 23/08/2001)*

Analisando o primeiro parágrafo que transcrevemos, podemos encontrar três proposições :

- a. o bar serve a tradicional culinária capixaba
- b. o bar é point de pessoas modernas
- c. o bar apresenta uma programação com uma variedade de expressões artísticas (exposições, saraus de poesia e música)

A proposição C justifica a proposição B. Há entre elas uma relação de causalidade, é B porque C: “virou point dos modernos por sua diversidade cultural”. Podemos construir um sentido da relação estabelecida entre as duas proposições: diversidade cultural é moderno.

Para que este sentido fique mais claro, devemos guardar atenção a que, no texto, se refere a expressão “diversidade cultural”. No texto, a expressão nada tem que ver com multiculturalismo, mas refere-se à “variedade de expressões artísticas”, à convivência de expressões artísticas no mesmo espaço – o bar. Agora, é possível construir um sentido mais apropriado: haver várias expressões artísticas no mesmo lugar é moderno.

Entre as proposições A e B, a relação é de oposição. Apesar de A, B acontece: “Embora a cozinha siga as regras da tradicional culinária capixaba, o lugar virou point dos modernos”. É esta relação estabelecida entre as duas proposições que nos permite afirmar que seguir as regras da tradicional culinária capixaba não é moderno. Mas é preciso explorar o que é “tradicional culinária capixaba”.

Tradicional pode expressar algo que conserva a tradição ou que se refere à tradição. No primeiro caso, “seguir as regras da tradicional culinária capixaba” seria servir apenas pratos típicos, a moqueca e a torta capixabas, por exemplo. Neste caso, o sentido construído a partir do texto é: a tradicional culinária capixaba não é moderna, o que resultaria redundante.

Na segunda hipótese, “seguir as regras” é cozinhar de acordo com a tradição capixaba, com os ingredientes tradicionais e um “sabor” capixaba. Agora, os pratos não são mais necessariamente

os típicos, mas construídos segundo a tradição. Nesta hipótese o sentido seria: a tradição capixaba não é moderna.

O segundo parágrafo que transcrevemos desautoriza a primeira hipótese e reforça a segunda. Ele nos fala de “novos pratos à base de frutos do mar, que é o forte daquele cantinho”. Se há novos pratos, não se trata de uma culinária típica, mas calcada na tradição, que é elaborar pratos à base de frutos do mar. Embora o texto não afirme, podemos inferir que uma cozinha feita na tradição capixaba não admite o uso do azeite de dendê, por exemplo, e estimula o tempero à base de coentro. De qualquer maneira, o que não é moderno é a tradição capixaba.

Ora, a *tradição* é uma das cinco principais estratégias discursivas mobilizadas para narrar as culturas, para construir discursivamente as culturas, segundo HALL (1997a: 50-57). Os outros são a *narrativa da nação* (uma série de histórias, eventos, símbolos e rituais que representam as experiências partilhadas), a *invenção da tradição* (conjunto de práticas de natureza ritual ou simbólica que buscam reforçar valores, normas e comportamentos por meio da repetição, e que, automaticamente implicam em continuidade com um passado histórico adequado; embora sejam de invenção recente), o *mito fundacional* (uma história que localiza a origem da nação – do grupo cultural – num passado tão distante que remete a um tempo mítico) e na *idéia de um povo puro*, original.

A tradição refere-se aos elementos essenciais das culturas e que “permanecem imutáveis, apesar de todas as vicissitudes da história” (idem: 53)

É lendo a tradição a que se refere o texto desta forma, como algo que espelha elementos essenciais do que é ser Capixaba que podemos chegar à construção de um sentido mais rico da expressão “Embora a cozinha siga as regras da tradicional culinária capixaba, o lugar virou point dos modernos”: o Capixaba, representado na sua tradição, não é moderno.

No entanto, o bar é moderno. E é capixaba, um “cantinho pra lá de capixaba”. É esta contradição presente no texto (Capixaba não é moderno, o bar é capixaba, o bar é moderno) que faz esta

matéria particularmente representativa da identidade cultural capixaba tal qual ela é constituída no interior da cultura capixaba, como vimos construindo e reafirmando ao longo do texto: algo que não pode ser moderno. É por não *poder* dizer que o capixaba é moderno que o texto constrói a sua contradição e nos diz: Apesar de capixaba, é moderno.

Este último texto propõe uma abertura no fechamento de sentido que a construção das identidades propõe. A possibilidade da construção discursiva da contradição nos alerta para a presença, na cultura capixaba, de um Outro que não lhe é externo, mas é um Outro Capixaba.

Talvez este Outro sejam novas identidades em construção, identidades que podemos imaginar híbridas, que buscam conciliar os desejos de tradição e de contemporaneidade, de província e de modernidade, e que produzem novos símbolos para representar esta identidade nascente, como as inúmeras variedades sonoras que têm surgido da fusão do congo, um ritmo tradicional capixaba, com o rock, o reggae e outros estilos musicais contemporâneos, como explicita o site da banda Manimal: “Na década de 1990 nasce na Ilha de Vitória, Espírito Santo, um novo ritmo que mistura a cultura local com a música pop mundial, o ROCK-KONGO.”(www.gazetaonline.globo/manimal). O site também explicita, em texto que aparece em todas as páginas, o espírito que a banda busca representar: “Modernidade + Cultura popular”.

Outro exemplo de lugar no qual está representada esta mesma idéia é o nome de bandas musicais como a Dead Fish e Mukeka Di Rato que zombam da vinculação do capixaba com o mar, o peixe e a culinária típica, como afirma o baixista da banda Mukeka Di Rato, Fábio Mozine, citado pelo jornal A Gazeta, “A gente queria zoar com esse negócio de capixabismo forçado. Tudo aqui tinha que ser moqueca, vento, rio e passarinho.” (AG, Caderno Dois, 15/08/2001)

## Capítulo 6

### Conclusão

Ao buscar reconhecer e descrever algumas das formas pelas quais os jornais diários do Espírito Santo representam a identidade capixaba, ao mesmo tempo que contribuem para a sua construção, este trabalho pôs em ação três identidades: o pesquisador, o jornalista e o capixaba. São três sujeitos em ação no discurso que pretendi construir para tentar dar cabo do desafio que me impus.

*Não se pode creditar apenas ao sujeito pesquisador os resultados e os caminhos percorridos. Em cada escolha, em cada gesto deste trabalho estão também presentes o jornalista e o capixaba.*

Buscamos compreender como se articulam o Capixaba, a Cultura Capixaba e suas representações nos jornais diários impressos do Espírito Santo. As culturas, na concepção que tomamos neste trabalho, constituem um modo total de vida que articula diferentes esferas da sociedade naturalizando e representando as assimetrias de poder. Pode-se dizer que as culturas, e a cultura capixaba, buscam estabilizar um determinado modo de organizar as relações sociais.

A cultura capixaba, como foi descrita, organiza as relações destacando os valores provincianos, as relações familiares e de compadrio, a intimidade, um lugar onde “as pessoas se tratam por você, todo mundo é íntimo; falam meio em dialeto; é gente que

se vê todos os dias sabe Deus há quantos anos; toda conversa é a continuação de outra mais antiga” (CALVINO, 1999: 25).

Mas essa cultura é, ao mesmo tempo “deslumbrado[a] por tudo que vem de fora” (OLIVEIRA, 1992), é uma cultura que se afirma como provinciana mas nega valor aos seus modos. Encanta-se pelo Outro e o toma como desenvolvido, moderno, como o modelo a ser seguido.

É na busca de conciliar o antagonismo entre os valores provincianos e os valores modernos que deverá se equilibrar a constituição de uma identidade capixaba. Ou, nas palavras do escritor Renato Pacheco:

O autêntico capixaba, capixaba que se preza (...)  
[está] sempre em busca de "um futuro esperançoso"(...).  
Futuro esperançoso que chegará, um dia, mas que o  
capixaba reza a todos os santos, que não seja para já  
..."(PACHECO, s. d.)

É por essa razão que a identidade capixaba conforma-se como *um não ser*. Não resolvida a dicotomia entre província e modernidade, ou melhor, sendo província e adorando a modernidade do Outro, a identidade capixaba não pode ser afirmada, não pode ser dita. Uma contradição que postula que *o que pode e deve ser dito é que ela não existe*.

Como representam os jornais essa articulação particular entre Cultura e identidade capixabas? Fazem-no na forma como reconstruem o mundo nas páginas do jornal, e na forma como estabelecem, ao mesmo tempo em que representam, relações de valor entre o Capixaba e o Outro.

É a própria cultura capixaba, a tensão que ela constrói entre a vida cotidiana, descrita como provinciana e os seus sonhos de modernidade que podemos ver representada naquilo que os jornais resolvem transformar em notícia e naquilo que não. Nos assuntos que merecem maior destaque e naqueles que não merecem.

O estudo das editoriais mais importantes dos jornais A Gazeta e A Tribuna buscou descrever esse processo. Porque o Capixaba

é o principal assunto quando se trata de falar da política, da vida cotidiana das cidades ou da economia, mas não é o assunto mais importante quando o tema são as artes e o esporte? Esta divisão representa a constatação do desejo pelo Outro, ao mesmo tempo que há a impossibilidade de desvencilhar-se do Eu.

O jornal expressa que o Espírito Santo existe, que o Capixaba existe, mas existe como algo limitado às suas próprias fronteiras, prisioneiro de si mesmo, incapaz de dominar o noticiário que se relaciona ao imaginário, ao sonho. Esses sonhos, na cultura capixaba, estariam representados pelo Outro: nos clubes de futebol do Rio, nos filmes de Hollywood ou nas novelas da Globo e do SBT, na moda de Paris e São Paulo.

Esse discurso, que afirma ser o Outro o sonho, aquilo que nos deslumbra, o modelo a ser seguido, está também presente na forma como os textos jornalísticos organizam um discurso que representa relações de poder entre o Capixaba e Outro, afirmando ser este último o padrão. E o faz ao *comparar* um e outro, para dizer que o Capixaba é bom quando é igual ao Outro (e não é capixaba, eu diria); ou quando o *associa* aos valores do Outro, como a adolescente que, para valorizar o novo namorado – e a si mesma –, comenta sobre o marca do carro dele. E também quando toma o Outro como *autoridade*, como aquele que, por dizer que algo é bom ou ruim, torna esta avaliação uma verdade, um fato.

Mas o jornalismo não apenas representa as culturas e as identidades, não é um espelho que reflete a forma como a sociedade está organizada, ele é também construtor das sociedades, das culturas e das identidades. Ao representar, o jornalismo constrói/reconstrói um discurso que participa da constituição das culturas e das identidades, ou seja, não basta afirmar que as culturas fazem parte das condições de produção dos discursos jornalísticos, dos discursos dos meios de comunicação, e são também autoras destes discursos, é preciso considerar que os jornais são também autores dos discursos das culturas.

*Aqui abre-se um outro caminho nesta conclusão, o de refletir acerca de em que o estudo da representação do Capixaba e do*

*Outro no jornalismo impresso do Espírito Santo pode contribuir para o campo do jornalismo.*

Isso porque os jornais são, na prática diária das redações, o resultado do seu trabalho e devemos reafirmar a atividade do autor do texto, do sujeito planejador/organizador do texto. Mesmo considerando que os efeitos de sentido são construídos na interação do texto com o leitor, devemos também admitir que esses efeitos são construídos a partir do texto e, por isso, o sentido é também responsabilidade do sujeito planejador/organizador do texto, do jornalista, no caso do discurso jornalístico.

É o papel político dos jornais e dos jornalistas que fica evidenciado na análise dos periódicos. Reconstruir o mundo da forma como A Gazeta e A Tribuna fazem não é, nem poderia ser, passiva. Ao representar o Capixaba dessa e não de outra forma, os jornais dialogam com a cultura capixaba, a reafirmam ou negam, a naturalizam ou problematizam. Afirmar que os discursos jornalísticos são constituídos nos limites das culturas em que são produzidos não é suficiente.

Podemos afirmar que cada discurso se apresenta a si mesmo de determinada maneira, orienta sua própria leitura ou interpretação, estabelecendo uma determinada relação com seus leitores. Não é só o contexto que determina o sentido das produções significativas, também estas atuam sobre este contexto, do mesmo modo que não só os sujeitos produzem os discursos mas são, também, um produto deles. (KUSCHICK, 1996)

E é porque autores, discursos, culturas e leitores articulam-se entre si, e os sentidos são produzidos nessa articulação, que o trabalho dos meios de comunicação, e dos trabalhadores desses meios, é tão relevante. É porque eles participam da configuração das sociedades, não são apenas aqueles que contam o fato. Ao transformar o fato em notícia, o jornalista medeia a relação



do leitor com o fato, e essa mediação faz parte dos processos de formação de sentido.

Se as identidades que configuram os movimentos que atuam na esfera pública e que, por sua vez, constituem a sociedade civil, são hoje, sobretudo, mediadas pelos meios de comunicação, esses mesmos meios e a cultura mediática em geral fazem parte e assumem um papel central no processo e na estrutura política. (ESCOSTEGUY, 2001:204)

E não apenas do processo e da estrutura política, mas do conjunto das relações sociais. Os meios de comunicação assumem um papel central na forma como os confrontos resultantes das diferenças e assimetrias presentes nas sociedades são organizados pela cultura.

É na afirmação de que o jornalista deve ter consciência do seu papel de mediador – e não de meio –, de *autor* da notícia e não de mensageiro dos fatos, que este estudo volta-se para os jornalistas deixando em aberto uma questão:

Se o Jornalismo é *autor* das notícias, ou seja, se ao transformar o fato em notícia ele participa dos processos de formação dos sentidos, construir o discurso jornalístico como um discurso autoritário, portador da “verdade”, como afirma a tradição da nossa imprensa ao propagar o mito da imparcialidade, é a melhor forma de fazer jornalismo? Ou devemos construir textos que desnudem a existência de um autor da notícia e, desta forma, “abram-se” à construção de sentidos ao invés de proporem-se como portadores de um sentido único?

Deixamos também em aberto, o questionamento que ficou suspenso no capítulo III: a quem serve a Verdade construída pelo discurso jornalístico?

*Antes de concluir, falta abordar as contribuições que esta pesquisa pode trazer para a pesquisa em comunicação e culturas contemporâneas, para a compreensão das articulações entre co-*

*municação e cultura nos diversos momentos de circulação dos discursos nas sociedades .*

O que buscamos reafirmar ao longo do trabalho é a necessidade de atenção às culturas e às identidades, especialmente às culturas e identidades regionais, nas quais os discursos jornalísticos são produzidos e/ou fruídos. Trata-se de

Pensar os processos de comunicação (...) a partir da cultura, [o que] significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação às tecnologias. (MARTIN-BARBERO, 1997: 285)

Isto é, precisamos avançar para além de pensar a comunicação a partir da sociologia e da psicologia, por exemplo, e para além dos desenvolvimentos tecnológicos dos meios, para ressaltar que fora das culturas não há construções de discurso, eles não são nem enunciados, nem produzem sentido.

Voltar os olhos para as mediações, e não para os meios, é perceber que as culturas fazem parte da construção dos *discursos* dos meios de comunicação. Grifamos discursos para ressaltar que as mediações estão presentes tanto no momento de produção dos textos, como no momento em que a partir desses textos são produzidos efeitos de sentido. Mesmo porque, esses momentos não podem ser separados senão com finalidade analítica ou pedagógica, e sempre com muito cuidado, porque no discurso estão implicados, simultaneamente, interlocutores (e não emissores e receptores) em “um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (ORLANDI, 1999: 21)

Este trabalho não tem bem um ponto final, sua conclusão é mais como um fecho. É como a construção do conhecimento científico, como o trabalho jornalístico e como as identidades que

reconstruímos incessantemente no cotidiano. Encerra-se, provisoriamente, apenas para abrir-se no instante seguinte, no jornal do dia seguinte, no próximo artigo. Encerra-se para que possa ser observado e possa servir as outras gentes para que cheguem às suas próprias conclusões.

É com este espírito que concluímos esta pesquisa demonstrando que o trabalho jornalístico de transformar fatos em notícias e de recriar o mundo diariamente no exíguo espaço do jornal traz uma marca irrecusável, a da cultura em que é produzido.

É assim, por serem capixabas, que os jornais A Gazeta e A Tribuna reorganizam o mundo desta e não de outra maneira, é, parafraseando Pêcheux, nos limites da cultura capixaba que esses jornais são produzidos, é dizendo aquilo que pode e deve ser dito na cultura capixaba que eles são editados. Retratam o capixaba dessa e não de outra maneira porque são capixabas também. Mas isso não deve significar aceitar que o trabalho dos jornais é passivo. Não é. Os jornais, os jornalistas, fazem as suas escolhas. Escolhem essa posição, constroem o discurso dessa forma porque lhe é mais conveniente ou porque lhe parece a mais própria. Mas não é um papel passivo, ao contrário. Os jornais, e os jornalistas, participam ativamente, tomam decisões cotidianas na construção dos seus discursos. O fato de que estas decisões sofram os constrangimentos da cultura em que são tomadas, o fato de serem tomadas nos limites do que pode e deve ser dito em dada cultura, em dada formação discursiva não torna os Sujeitos menos autores dos textos, menos responsáveis pelo que fazem.

*Para concluir, devo voltar ao capixaba porque é especialmente aos capixabas que este estudo se destina. E assim o é porque ele é fruto das dificuldades em afirmar-me como capixaba, das dificuldades que fazem com que “a identidade capixaba é [seja] vivida as mais das vezes com muitas interrogações, com muitas incertezas.” (BANCK, 1998: 17)*

*Aos capixabas este trabalho se volta como uma pequena pedra no grande edifício de conhecimento que precisamos construir sobre nós mesmos para vencermos estas interrogações, essas in-*

*certezas e estabelecer a identidade capixaba como um discurso afirmativo e não como um discurso construído como negação e que estabelece a existência do capixaba pela sua não adequação àquilo que é o Outro, mas um discurso que possa afirmar que o Outro não é capixaba por que não se adequa àquilo que Eu, capixaba, sou.*

# Capítulo 7

## Referências Bibliográficas

- ACHIAMÉ, Fernando. Estudo sobre a autoria da obra *Memórias do passado: a Vitória através de meio século*. In SIQUEIRA, Francisco Antunes de. *Memórias do passado: a Vitória através de meio século*. Vitória: Floricultura: Cultura ES, 1999. 128 p.
- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*, Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.
- BAKHTIN, Michail (Volochinov). *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira), 6. ed., São Paulo: Hucitec, 1992. 196 p.
- BANCK, Geert. *Dilemas e Símbolos: estudos sobre a cultura política do Espírito Santo*. Vitória: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 1998. 268 p.
- BITTENCOURT, Gabriel. *A formação econômica do Espírito Santo (o roteiro da industrialização)*. Rio de Janeiro: Cátedra, 1987b. 302 p.
- BITTENCOURT, Gabriel. *Café e modernização (o Espírito Santo no século XIX)*. Rio de Janeiro: Cátedra, 1987a. 139 p.

- CALIXTE, Marien. Aprendiz do vento. In Escritos de Vitória – 1: crônicas. Vitória: PMV, 1993. p. 69-63.
- CALVINO, Ítalo. Se um viajante numa noite de inverno. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. 275 p.
- CANCLINI, Nestor Garcia. Culturas híbridas. São Paulo: Edusp, 1998. 385 p.
- CEOTTO, Maria Thereza Coelho. História, carnavalização e neobarroco: leitura do romance contemporâneo produzido no Espírito Santo. Vitória: Edufes, 1999. 146 p.
- COSTA, José. Fiado só amanhã. In Escritos de Vitória – 8: bares, botequins etc. Vitória: PMV, 1995.
- DIEGUES, Antonio Carlos (org.) Ilhas e sociedades insulares. São Paulo: NUPAUB-USP, 1997. 236 p.
- DUBOIS, Jean et alli. Dicionário de lingüística. São Paulo: Cultrix, 1986.
- EAGLETON, Terry. Ideologia: uma introdução (trad. Silvana Vieira e Luis Carlos Borges). São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista: Boitempo: 1997. 204 p.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. As identidades culturais na internet. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. XXIV, n° 2, jul-dez, 2001. p. 208-211.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Cartografia dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. 240 p.
- FÁVERO, Leonor L. Coesão e coerência textuais. São Paulo: Ática, 2000. 104 p.
- FENAJ, Código de Ética do Jornalista. (1987), disponível em [www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br), capturado em 12/05/2001.

- FERREIRA, Giovandro Marcus. O contrato de comunicação dos jornais de Vitória (1988 a 1993). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. XXII, n° 1, jan-jun, 1999. p. 81-95.
- FOLHA DE S. PAULO, Manual de Redação da Folha (1995), disponível em <http://www.uol.com.br/bibliot/arqfolha.htm>, capturado em 12/05/2001.
- GOMES, Itania Maria Mota. Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. 2000, 243 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.
- GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000. 112 p.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós Modernidade. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 1997a. 108 p.
- HALL, Stuart. Cultural studies and its theoretical legacies. In: MORLEY, David & CHEN, Kuan-Hsing (orgs.). *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*. London-New York: Routledge, 1996a., p. 262-275.
- HALL, Stuart. Encoding/Decoding. In DURING, Simon (Ed.). *The Cultural Studies Reader*. 4. ed., London-New York: Routledge, 1997b. p. 90-103.
- HALL, Stuart. The work of representation. In HALL, Stuart (Ed.) *Representation. Cultural representations and Signifying practices*, London: Routledge/The Open University, 1997c.
- HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. In ARANTES, Antonio Augusto (org.) *Revista de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Cidadania*, n°26, 1996c.

- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade?. Tradução Tomaz Tadeu da Silva). In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.) Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais, Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 103-133.
- HALL, Stuart. Significado, representación, ideología: Althusser y los debates posestructuralistas. In CURRAN, James; MORLEY, David & WALKERDINE, Valerie. Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo, Barcelona: Paidós, 1998. p. 27-61.
- HALL, Stuart. The problem of ideology. Marxism without guarantees. In MORLEY, David & CHEN, Kuan-Hsing (orgs.). *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*. London-New York: Routledge, 1996b. p. 25-46.
- JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais?. Trad. Tomaz Tadeu da Silva. in SILVA, Tomaz Tadeu da (org.) O que é, afinal, Estudos Culturais. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p. 7-131.
- KLAGES, Mary. Jacques Derrida “Structure, Sign, Play in the Discourse of the Human Sciences” - a reading guide. <http://www.colorado.edu/English/ENGL2012Klages/2Derrida.html> (capturado em 02 de janeiro de 2001).
- KOCH, Ingedore V. & TRAVAGLIA, Luiz C. Texto e coerência. 2. ed. – São Paulo: Cortez, 1993. 107 p.
- KOCH, Ingedore V. O texto e a construção dos sentidos. 4. ed.— São Paulo: Contexto, 2000. 124 p.
- KUSCHICK, Christa. CAMPOS EM CONFRONTO: JORNALISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS. Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes – Universidade de São Paulo, 1996. Disponível: <http://bocc.ubi.pt/index2.html> (capturada 18 de outubro de 2002)



- LIMA, Luiz Carlos de Almeida. Os filhos do Britz. In *Escritos de Vitória – 8: bares, botequins etc.* Vitória: PMV, 1995.
- LOPES, Almerinda da Silva. *Arte no Espírito Santo do Século XIX à Primeira República.* Vitória: Ed. do Autor, 1997. 242 p.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise dos textos de comunicação.* Trad. Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001. 238 p.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso.* Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997. 198 p.
- MALHEIROS DIAS. *Regimem Feudal das Donatarias.* In *História da colonização portuguesa no Brasil (vol III).* Litografia Nacional: Porto, Portugal, 1924. (217 e segs.)
- MARTIN-BARBERO, Jesus. (Entrevista concedida a Claudia Barcellos). *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. XIII, n° 1. pág. 151 – 163. Intercom: São Paulo, 2000.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.* Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997. 360p.
- MEDEIROS, Antônio Carlos de. *A pesquisa de liderança* In VASCONCELLOS, João Gualberto (org.) *Vitória: trajetórias de uma cidade.* Vitória: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 1993.
- NOVAES, Maria Stella de. *Lendas capixabas.* São Paulo: FTD, 1968. 166 p.
- OLIVEIRA, José Carlos. *Nós, os capixabas.* In *Você.* Vitória, n° 3, set. 1992, p. 30-31.

- OLIVEIRA, José Teixeira de. História do Estado do Espírito Santo. 2ª ed ampliada e revista. Vitória: Fundação Cultural do Espírito Santo, 1975. 596 p.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. Análise de Discurso: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999. 100 p.
- ORLANDI, Eni. Pulcinelli. A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso. 4ª ed.. Campinas, SP: Pontes, 1996. 276 p.
- PACHECO, Renato e SANTOS NEVES, Luiz Guilherme. Índice do folclore capixaba. Vitória: Banestes, 1994.
- PACHECO, Renato José Costa. O Espírito Capixaba. In: Guia do Executivo da Gazeta Mercantil – Vitória, s.d.. Disponível: <http://www.guiadoexecutivo.com.br/guiasp/cartavit.asp>. (capturada em 18 de junho de 2001)
- PACHECO, Renato. Os dias antigos. Vitória: Edufes / Prefeitura Municipal de Vitória – SEMC, 1998. 154 p.
- PACHECO, Renato. Vilão Farto. Vitória: Vila Velha: Cultural ES, 1991. 64 p.
- PÊCHEUX, Michel. O discurso: estrutura ou acontecimento. 2ª ed. Campinas, SP: Pontes, 1997. 68 p.
- PÊCHEUX, Michel. Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi et al. Campinas: Unicamp, 1988. 318 p.
- PMV – Prefeitura Municipal de Vitória. Escritos de Vitória – 1: crônicas. Vitória: PMV, 1993.
- REIS, Ruth. O jornalismo na produção de uma identidade regional. Vitória, s/d.

- RIBEIRO, Francisco Aurelio. A modernidade das letras capixabas. Vitória: UFES/SPDC – FCAA, 1993. 266 p.
- ROCHA, Haroldo Corrêa e MORANDI, Ângela Maria. Cafeicultura e grande indústria: a transição no Espírito Santo (1955-1985). Vitória: Fundação Ceciliano Abel de Almeida, 1991. 168 p.
- ROCHA, Haroldo Corrêa e MORANDI, Ângela Maria. Cafeicultura e grande indústria: a transição no Espírito Santo – 1955 - 1985. Vitória: FCAA, 1991. 168 p.
- SALETTTO, Nara. Transição para o trabalho livre e pequena propriedade no Espírito Santo (1888-1930). Edufes: Vitória, 1996. 162 p.
- SANTOS NEVES, Luiz Guilherme. Salamê-mingüê. In Escritos de Vitória – 1: crônicas. Vitória: PMV, 1993. p. 57-60.
- TATAGIBA, Fernando. Rua. Vitória: FCAA – UFES / BANDES / Cooperativa dos Jornalistas do Espírito Santo, 1986. 120 p.
- TATAGIBA, José Valporto. Viajando de bar. In Escritos de Vitória – 8: bares, botequins etc. Vitória: PMV, 1995.
- THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa (trad. Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS). Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. 428 p.
- VAN DIJK, Teun A. La noticia como discurso: comprensión estructura y producción de la información. Barcelona, Espanha: 1990. 284 p.
- VASCONCELLOS, João Gualberto. A construção dos imaginários de Vitória. In VASCONCELLOS, João Gualberto (org.) Vitória: trajetórias de uma cidade. Vitória: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 1993a.

- VASCONCELLOS, João Gualberto. A delicadeza perdida. In VASCONCELLOS, João Gualberto (org.) Vitória: trajetórias de uma cidade. Vitória: Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo, 1993b.
- VASCONCELLOS, João Gualberto. A invenção do coronel. Vitória: UFES/SPDC, 1995. 233 p.
- WILLIAMS, Raymond. Cultura e Sociedade: 1780-1950. Tradução de Leônidas H.B. Hegenberg, Octanny Silveira da Mota, Anísio Teixeira. São Paulo: Nacional, 1969. 356 p.
- ZORZAL E SILVA, Marta. Espírito Santo: Estado, interesses e poder. Vitória: FCAA/SPDC, 1995. 530 p.