
JORNALISMO E IDENTIDADE: UMA ABORDAGEM DISCURSIVA

João Carlos Simonetti jr*

RESUMO

O texto busca refletir acerca de como o discurso jornalístico, especialmente aquele presente nos textos noticiosos do jornalismo diário, relaciona-se com as questões das identidades culturais, compreendidas como relações de poder. Nesta tarefa nos valeremos de reflexões teóricas empreendidas no campo da Análise do Discurso na busca da compreensão da natureza do discurso jornalístico e de suas estratégias discursivas, e de como esse discurso configura identidades culturais que buscam determinar o que podemos ser e que posições devemos assumir, num dado contexto social.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, identidade, discurso

Os discursos presentes nos meios de comunicação de massa, a partir da articulação de outros discursos presentes na sociedade, reconfiguram o espaço social atribuindo valores e criando sentidos que organizam as relações de poder presentes na sociedade.

O que buscaremos neste artigo 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 destinarão, 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 relações de poder presentes na constituição das

identidades, vamos tomar o caminho da linguagem, do discurso, apropriando, com essa finalidade, 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)

Do discurso, das identidades culturais e do jornalismo

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 “afloram” 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)

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 que 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, 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.)” (PÊCHEUX, 1988: 160 - grifos do autor)

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 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^{ix} 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 dá-se 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 outros interlocutores. A significação dá-se pelo posicionamento dos interlocutores frente ao referente que disputam o seu sentido. *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.

O Discurso Jornalístico como discurso autoritário

Ao buscarmos uma tipologia do discurso jornalístico, 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, pertencem a uma mesma formação discursiva, refere-se a uma mesma ideologia, à ideologia do jornalismo,

marcado pela pressuposição da verdade, da neutralidade. Então, se vamos estudar um determinado discurso jornalístico, devemos ter em mente que ele refere-se a pelo menos dois contextos, a duas formações ideológicas e, naturalmente, a duas formações discursivas, uma que diz respeito a 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 neste ponto 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)

Para facilitar o nosso trabalho de caracterização do discurso jornalístico, vamos buscar as 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:

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, ricaço” 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 àsquelas do Manual de Redação:

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

Art. 7o - 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 presuposição 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 divulgação destes fatos, de forma objetiva, de tal modo que o texto jornalístico caracteriza-se por 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, 2000: 42)

O discurso jornalístico conceitua-se do mesmo modo que o 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 participa da construção das identidades e das relações de poder entre elas. (cf. GOMES, 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” (GOMES, 2000: 65), apresentando-se, assim como o discurso pedagógico “como um discurso autoritário, logo, sem nenhuma neutralidade” (ORLANDI, 1996: 29)

As Identidades Culturais

Também as identidades culturais são discursos, e podem ser definidas como um discurso que, conformado pelas ideologias, constrói posições de sujeito que convocam os sujeitos a assumir essas identidades, no processo ativo da identificação. E as identidades constroem essas posições de sujeito articulando os fenômenos culturais e classificando-os como pertencentes ou não a uma determinada identidade. As identidades são um discurso que busca organizar o mundo buscando responder quem/o quê sou 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, 1997: 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, uma vez que a identidade só pode ser definida em contraposição àquilo que não é, estabelecendo posições de valor entre o que é e o que não, 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. 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, à cultura, 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.

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.

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 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 autoritária. 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 um 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?

Um breve estudo de caso

A breve análise de dois textos em busca das marcas da identidade cultural neles presente poderá revelar, de forma mais clara, como o discurso jornalístico configura, com o auxílio da ideologia, as identidades, refletindo e participando da construção da cultura. Nesta tarefa, vamos utilizar algumas ferramentas desenvolvidas no âmbito da Análise do Discurso.

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, 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). Independente dessa diferenciação, e embora os jornais façam diferentes configurações do lugar da mulher na sociedade, são bastante semelhantes na maneira como posicionam a cultura 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 textos, 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 pela economia de espaço e por serem nestes dois parágrafos, também chamados de lead e sublead, que, de acordo com a técnica de redação jornalística da pirâmide invertida são expressas as informações mais relevantes da notícia.

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 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,^{ix} que nasceram aqui, fazem questão de conservar as tradições, costumes e culinária do País de seus antepassados.

Na análise, cumpriremos o seguinte roteiro:

1) **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.

2) **Do Objeto Discursivo ao Processo Discursivo**

Partindo do objeto discursivo, será buscado relacionar as formações discursivas (ideologias) que delinearão-se 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.

3) 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 do jornalístico, cuja organização segue um conjunto de regras pré-determinadas, como as da organização 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.

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 modo bastante diverso. 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 diz 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:

- a) “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”
- b) 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.

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.

É 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 remetem, 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.

Outros estudos que tenho realizado (SIMONETTI, 2000) acerca da forma de conceber a relação do Eu capixaba com o Outro no contexto da cultura capixaba tem mostrado que, em outros discursos, esta configuração em que a marca de negatividade da relação EU x Outro está posta no Eu capixaba também aparece, como no exemplo a seguir, retirado de uma crônica do jornalista capixaba José Carlos Oliveira:

“O Capixaba é antes de tudo um fraco. No bom sentido: sentimental, modesto, deslumbrado por tudo que vem de fora.”

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. As estratégias discursivas usadas para elipsar os operadores de causalidade, e tornar opaca a presença do autor no texto – a inversão da ordem das orações – que é a forma utilizada pelo discurso autoritário para afastar o interlocutor.

Conclusão

É deste modo que, acreditamos, podemos reconhecer nos textos jornalísticos a ideologia que os sustenta para, partindo dessa, compreendermos a formação ideológica, o contexto social e a cultura à qual essa ideologia se refere, reconhecendo as identidades construídas por esse discurso e que buscam configurar o que podemos ser e que posições devemos assumir.

E podemos também, especialmente, compreender como esses efeitos de sentido são construídos nos processos discursivos a partir dos textos noticiosos, compreendidos como discursos que, apropriando-se de outros discursos presentes na sociedade, buscam construir uma Verdade acerca desta mesma sociedade utilizando-se para isso dos mecanismos do discurso autoritário.

Bibliografia

ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*, Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.

FENAJ, *Código de Ética do Jornalista*. (1987), disponível em www.fenaj.org.br, capturado em 12/05/2001.

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, 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, 1997. 108 p.

OLIVEIRA, J. C. Nós, os capixabas. **Você**. Vitória, n°3, set. 1992. p. 30-1.

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*. 4^a ed.. Campinas, SP: Pontes, 1996. 276 p.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 2^a ed. Campinas, SP: Pontes, 1997. 68 p.

SIMONETTI jr, João Carlos. *Notas sobre a identidade capixaba: a relação com o Outro*. 2000. Texto apresentado no II Seminário de Extensão e Pesquisa do Espírito Santo, Universidade Federal do Espírito Santo, dez. 2000.