



REFLEXÕES A RESPEITO DA IDENTIDADE CULTURAL GAÚCHA EM ZERO HORA

Ângela Cristina Trevisan Felippi

Professora da Unisinos e da Unisc¹

Introdução

Este artigo pretende problematizar as questões da identidade cultural gaúcha e o jornalismo do grupo RBS, com foco no jornal Zero Hora, por meio do referencial teórico dos estudos culturais e do jornalismo. Serão estudadas as questões da identidade cultural na pós-modernidade, da identidade cultural gaúcha e do jornalismo. Com caráter ilustrativo, não conclusivo, será feita uma análise da cobertura jornalística do jornal das comemorações do aniversário da Revolução Farroupilha² em setembro de 2002.

O objetivo é analisar como Zero Hora constrói a identidade cultural gaúcha num contexto de mudanças nas identidades fruto da globalização e de suas conseqüências, entre elas a maior interconexão entre culturas, o fim do isolamento e do purismo cultural. Parte-se da idéia de que os meios de comunicação são importantes construtores da realidade e das identidades e, mesmo tendo contribuído historicamente para a difusão de uma cultura global homogênea, têm também desempenhado papel na difusão de identidades plurais, híbridas e até contribuído para a consolidação ou resistência dessas culturas e identidades. Neste sentido, no Rio Grande do Sul, destaca-se a atuação da Rede Brasil Sul de Comunicações³ (RBS).

¹ A autora é mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, doutoranda em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e professora das universidades de Santa Cruz do Sul e do Vale do Rio dos Sinos/RS.

² A Semana Farroupilha comemora o aniversário da Revolução Farroupilha, que aconteceu de 1835 a 1845, no Rio Grande do Sul, quando a elite econômica da província se revoltou contra o Império. Os farrapos, como eram chamados os revoltosos, queriam para o Brasil a república federalista e o fim da escravidão, entre as principais causas, e acabaram por proclamar a independência do Rio Grande do Sul, mas a Revolução não teve sucesso. Todo ano, são realizadas comemorações como cavalgadas, acampamentos, rodeios, mateadas, bailes e desfiles para relembrar a Revolução, considerado maior evento da história política do Estado e no dia 20 de setembro é comemorado o Dia do Gaúcho, feriado estadual. A Semana Farroupilha é evento oficial do Estado desde 1964.

³ O grupo RBS começou a se constituir em 1957, quando o fundador Maurício Sirotsky Sobrinho tornou-se sócio da Rádio Gaúcha. Adquiriu o Jornal Zero Hora dez anos depois. Em 1969, comprou a TV Gaúcha e, em 1971, ligou-se à Rede Globo. Entrou no negócio de telefonia, TV a cabo e provedor de internet, negócios de que acabou abrindo mão depois de uma crise financeira. Hoje, o Grupo RBS é formado por cinco jornais e uma agência de notícias, 20 emissoras de rádio e 19 de televisão (incluindo os canais segmentados Rural e TVCOM), produtoras de vídeo e um portal na internet, atuando no Rio Grande do

Identidade cultural na pós-modernidade

Stuart Hall (1999) acredita que exista uma crise na identidade cultural e para analisá-la, propõe o estudo da identidade como diáspora, ou seja, as identidades estão sendo modificadas na atualidade a partir das migrações dos povos pelo planeta. Esse processo está ligado ao aumento da interdependência nacional, ao enfraquecimento do Estado-nação, ao impacto do progresso no meio ambiente e ao desenvolvimento dos meios de comunicação. A globalização pode tanto homogeneizar culturalmente, quanto contribuir para a resistência e reafirmação das identidades regionais, produzindo identidades plurais, resultados da apropriação e reelaboração das identidades já existentes.

Na pós-modernidade, identidade não pode mais ser concebida como una. Hall busca em Foucault a explicação para essas novas posições que o sujeito ocupa. Após a segunda metade do século XX, na modernidade tardia, o sujeito se desagregou, deslocou-se através de uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno. A concepção de sujeito na pós-modernidade é de um sujeito fragmentado, composto de várias identidades – às vezes, contraditórias e não-resolvidas, definidas historicamente e não biologicamente. Falamos de um lugar, de uma posição histórica e cultural específica. Essa concepção discursiva de identidade leva-nos a entender que o sujeito é fragmentado porque ele ocupa várias posições⁴.

Assim, Hall (2000) define identidades culturais como aqueles aspectos de nossas identidades que surgem em nosso “pertencimento” a culturas étnicas, raciais, lingüísticas, religiosas e nacionais, em especial. Através do repertório discursivo e psicanalítico, sugere o termo “identificação” para entender como se dá esse “pertencimento”. A abordagem discursiva vê a identificação como “*uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre ‘em processo’*” (2000:106). Está sujeita ao jogo da diferença, constitui-se pela diferença, num trabalho de fechamento de fronteiras simbólicas. Para isso

Sul e Santa Catarina. Controla 80% do mercado de comunicações do Rio Grande do Sul (Herz apud Jacks, 1999) e é o maior complexo empresarial multimídia do Sul do país.

⁴ O sujeito ocupa diferentes posições enunciativas (pai, filho, trabalhador, paciente, ...) e o sentido de seu discurso está relacionado à posição da qual fala. As palavras mudam de sentido de acordo com quem as sustenta ou de onde fala quem as sustenta. Como ocupa posições diferentes, o sujeito tem uma unidade/identidade afetada pela multiplicidade de sentidos, mas esse processo não é percebido por ele, que se acredita uno e fonte do seu dizer. Foucault vê o sujeito como uma dispersão, decorrente das várias posições que ocupa. “As posições de sujeito se definem (...) pela situação que lhe é possível ocupar em relação aos demais domínios ou grupos de objetos” (1995:59).



requer o “exterior”, o que é deixado de fora. As *“identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós. Elas são o resultado de uma bem sucedida articulação ou ‘fixação’ do sujeito ao fluxo do discurso”* (2000:111-112). São produzidas em locais históricos e institucionais específicos, no interior de formações e práticas discursivas específicas.

A identidade se constitui na sua relação com a diferença e no fato de que as duas têm que ser ativamente produzidas, não são naturalmente dadas (Silva, 2000). São estabelecidas por meio de sistemas de classificação. *“É na construção dos sistemas classificatórios que a cultura nos propicia os meios pelos quais podemos dar sentido ao mundo social e construir significados”* (Woodward, 2000:41). Esses sistemas estabelecem as fronteiras entre o que está incluído e o que está excluído, definindo uma prática cultural aceita ou não, por meio da marcação da diferença entre categorias. Os significados construídos pelos discursos só podem ser eficazes se recrutarem os indivíduos como sujeitos, que, assim, assumem o discurso e se posicionam, identificam-se.

Hall argumenta que, à medida que as culturas estão mais expostas com a globalização, é difícil mantê-las puras, sem interferência. Mas a homogeneização cultural como fenômeno gerado pela globalização faz com que as diferenças e distinções culturais tenham valor num “supermercado global”. É a mercantilização da etnia. Por outro lado, a maior parte das culturas ocidentais tem reagido à entrada da diversidade cultural. Para o autor, é provável que a globalização destrua as identidades nacionais e que vá produzir, ao mesmo tempo, novas identificações “locais” e “globais”. A globalização tem efeito de contestar as identidades nacionais, de tornar as identidades mais plurais e mais posicionais, mais políticas, mais diversas, menos fixas. Seu efeito é contraditório, transitando entre a tradição e a tradução⁵.

⁵ Hall (1996) define **tradução** como a formação da identidade que atravessa as fronteiras naturais, compostas por pessoas que se dispersaram da terra natal e que fazem a negociação entre sua cultura de origem e as novas a que estão expostas. As pessoas pertencem a essas culturas híbridas, frutos das diásporas da pós-modernidade. Outros tipos de identidades são a reconstrução de identidades purificadas, com o fechamento pela **tradição**, em torno de identidades culturais homogêneas, como o fundamentalismo islâmico e o nacionalismo da Europa Oriental. Mesmo nesses casos, há minorias com culturas distintas.



Jornalismo como construtor de identidade

Os meios de comunicação de massa têm colaborado no processo de globalização comprimindo espaço e tempo. Nesse movimento de aproximação das sociedades através dos fluxos de informação, ocorre um intercâmbio e uma mescla de culturas. Praticamente não existem mais culturas isoladas no planeta. Até poucos anos, acusava-se a mídia de criar uma cultura global homogênea e destruir as culturas nacionais e regionais. No entanto, estudos recentes demonstraram que apesar dessa cultura global os meios acabavam por dar espaço também às culturas regionais, construindo e reelaborando essas culturas.

Movimento semelhante tem sido feito pelos meios dentro de uma mesma sociedade com as culturas popular, erudita e massiva, a ponto de autores falarem na inexistência da distinção dessas três categorias. Segundo Martín-Barbero e Canclini, o que há é uma cultura híbrida e mestiça, respectivamente, ambos referindo-se ao caso latino-americano. Ocorre uma apropriação das culturas regionais pela mídia, que as devolve ao público com nova roupagem, resultado também de uma mercantilização da etnia. Nesse movimento, novas identidades são forjadas, e a mídia pode homogeneizar ou fortalecer as culturas regionais e, portanto, criar novas identidades culturais. E como os meios de comunicação de massa são uma instituição das mais influentes na sociedade atual, seu papel na criação (recriação) ou reforço de identidades é grande.

Para Alsina (1996), os meios de comunicação de massa se converteram num dos principais instrumentos de construção social da realidade. Dentro da mídia, o jornalismo constrói a realidade dando-lhe forma de narrativa e a difundindo, convertendo-a em realidade pública. Para esse autor, sempre há uma leitura, uma interpretação da realidade de acordo com uma “enciclopédia”. Assim, a notícia seria “*una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible*” (1996:185). No entanto, afirma que os meios de comunicação se apresentam como apenas transmissores de informação e não como produtores, ocultando essa dinâmica do público receptor.

Nesse processo de construção da realidade, o jornalismo também pode trabalhar na criação ou reelaboração de identidades culturais. Como as notícias não são um



espelho da realidade e sim uma construção discursiva, ao noticiar, a mídia produz sentidos, mobiliza a memória discursiva e assim promove (ou não) a identificação, o assujeitamentos⁶ dos receptores. As notícias têm efeito (ideológico) de evidência, mas são uma narração possível do acontecimento, constituindo o que representam, produzindo significados. E, nesse movimento, contribuem para a constituição do imaginário social, cristalização da memória do passado e construção da memória do futuro. Esse entendimento dá conta de que os discursos são "*práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam*" (Foucault, 1995:56).

Traquina (1993) afirma que o jornalismo utiliza formas literárias e narrativas para organizar o acontecimento e essas narrativas são elaboradas através de metáforas, exemplos, frases feitas e imagens. Para ele, as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. "*Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento*" (1993:168). As notícias são resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação da matéria-prima acontecimento no produto notícia. E são estabelecidos parâmetros para definir quais acontecimentos terão status de notícia.

Mídia gaúcha e identidade cultural

A relação entre a mídia do Rio Grande do Sul e a identidade cultural - no caso específico a gaúcha – intensifica-se nos anos 80, num contexto de movimentos culturais de fixação da identidade cultural gaúcha fortes e de expansão dessa indústria cultural. Nesse período, a indústria cultural gaúcha despertou para um fenômeno que acontecia no Estado desde a metade do século, o renascimento do gauchismo, através dos movimentos Tradicionalista e Nativista⁷. Retardatária ao processo, com exceção do rádio que registrava

⁶ O conceito de assujeitamento está ligado à idéia de que o sujeito não é dado a priori, mas sim é construído a partir do discurso, quando ocorre o ato de identificação do indivíduo com o discurso do Outro (interdiscurso).

⁷ O Tradicionalismo é inaugurado por volta de 1940, com a criação dos Centros de Tradição Gaúcha (CTGs), resultado de agremiações cívicas anteriores que buscavam apoiar a República através do patriotismo e o culto às tradições nacionais e regionais. Foi um movimento de jovens das classes média e alta, que moravam em Porto Alegre, mas tinham origem na Campanha gaúcha, como uma reação à entrada de produtos da indústria cultural norte-americana, principalmente do cinema. O Nativismo foi uma reação ao Tradicionalismo. Surgiu nos anos 70, desencadeado pelos festivais de música, causando efervescência na produção cultural gaúcha, tornando-se ainda, posteriormente, de costumes e de consumo. A população de classe média, urbana, passou a adotar hábitos tradicionais, como o chimarrão, a bombacha e expressões típicas do linguajar da Campanha. O movimento objetivava renovar os padrões estéticos. Tinha caráter de contestação social e política, refletido nas letras das canções. Inicialmente, os dois movimentos entraram em conflito, mas chegaram a um momento de assimilação

programas desde os anos 50, a indústria cultural passou a dar espaço a esses movimentos, encontrando aí um filão de mercado e contribuindo para sua potencialização. Conforme Jacks (1998), o rádio foi o primeiro a dar esse espaço, dando cobertura de festivais musicais. Surgiram revistas e jornais temáticos e editoras especializadas, houve desenvolvimento de uma indústria fonográfica ligada aos festivais nativistas e o cinema veio com algumas produções, embora foi nos anos 90 que esse último respondeu a esses movimentos. A televisão, por meio da RBS e da Televisão Educativa (TVE), começou a abordar a temática em especiais musicais e jornalísticos⁸.

Desde o século XIX, no Rio Grande do Sul, ocorreram movimentos culturais que buscavam a afirmação da identidade regional e, num contexto nacional, a cultura regional gaúcha faz parte de um grupo de fortes representantes que compõem a identidade nacional. Esses movimentos tiveram origem urbana e foram empreendidos principalmente pelas classes dominantes. Contribuíram para a formação do mito do gaúcho herói, viril, destemido, com passado guerreiro de vitórias grandiosas e feitos heróicos. Surge o “centauro dos pampas” e “monarca das coxilhas”, estandardizado, tornado herói pela literatura e historiografia oficiais⁹, (Jacks,1998). Flores (2001) analisa as obras literárias que surgiram no Rio Grande do Sul à luz dos movimentos literários como o regionalismo e o modernismo e a influência desses na imagem que foi se formando em torno do gaúcho, consolidando-o como símbolo do habitante do sul do país. O autor se remete a Jung para explicar que o mito do herói formador de todas as culturas possui um arquétipo universal, “*é corajoso, hospitaleiro, honesto, sacrifica-se pelos amigos, luta contra o mal e não teme a morte. São atributos do herói grego, do cavaleiro medieval, do formador do clã africano, dos índios e do gaúcho, tanto brasileiro, argentino ou uruguaio*” (2001).

A identidade cultural gaúcha foi consolidada na metade do século passado. Sua emergência é histórica, localizada em um ponto específico no tempo. Uma das formas pelas

mútua. O Nativismo abriu espaços para as manifestações culturais nos meios de comunicação, criando mercado promissor para esse segmento e ampliando as dimensões do movimento. (Jacks, 1998)

⁸ A primeira emissora consagrou o programa Galpão Crioulo - hoje com 20 anos -, abriu espaço para programas jornalísticos especiais, documentários e filmes curtametragens que dessem visibilidade à cultura regional.

⁹ A denominação gaúcho nem sempre teve conotação positiva. Até a Revolução Farroupilha, o termo gaúcho (assim como guasca e gaudério) era usado para designar os marginais que viviam da pilhagem. Depois, passou a denominar o gaúcho histórico, que vivia livre pelo pampa e que existiu até o final do século XIX, quando, conforme Oliven (1993) profundas transformações econômicas no Rio Grande do Sul transformaram essa figura em peão das estâncias.

quais as identidades estabelecem suas reivindicações é por meio do apelo a antecedentes históricos, buscando-as no passado, mas, quando o fazem, podem estar produzindo novas identidades (Woodward, 2000), tendo a memória como suporte. Na constituição da identidade gaúcha, os antecedentes históricos são encontrados no período de demarcação das fronteiras meridionais do Brasil - e conseqüente surgimento do Estado - e na Revolução Farroupilha. Corso (2002) explica que a Revolução Farroupilha deixou resíduos de uma nação que nunca existiu, mas vive na imaginação dos gaúchos. Como nunca foi construída, é projetada como algo melhor do que o Brasil real, “*uma nação de liberdade e fraternidade*” (2002:8). Argumenta que o Rio Grande do Sul vive num passado separatista e num sonho de independência e a identidade gaúcha. Para o autor, o que os tradicionalistas e separatistas querem é que o Brasil reconheça o Rio Grande do Sul não como uma província e, como este olhar de aprovação raramente vem, a autonomia do Estado é reafirmada.

A correlação entre cultura regional e indivíduos forma a identidade. Fatores históricos, geográficos, econômicos e sociais influenciam nas especificidades culturais dos habitantes de uma região, num processo bastante dinâmico. Cultura regional “*é um dos fatores de determinação de práticas culturais que diferenciam determinado grupo, fornecendo-lhes uma identidade própria*” (Jacks, 1999:66). Uma cultura regional envolve subculturas em que uma pode ser hegemônica. A cultura regional é também uma subcultura em relação à cultura geral. O Rio Grande do Sul, conforme Jacks, comporta subculturas provenientes das correntes migratórias açoriana, italiana e alemã, mais representativas, e polonesa, russa, holandesa, japonesa, judia e negra; e uma subcultura anterior, a gaúcha. Essa é que fornece a simbologia usada para firmar a identidade regional perante as demais regiões do país. Essa seria a subcultura hegemônica, que serviu de representação também para os demais grupos étnicos do Estado. Mas a cultura gaúcha fixada no auge da pecuária extensiva e consolidada pela historiografia e literatura oficiais seria representativa, porque há muito deixou de corresponder à realidade concreta e é só vivida culturalmente, aponta Jacks. E, hoje, os principais locais de vivência simbólica dessa cultura regional são os CTGs, o Estado, a escola, a sociedade civil e os meios de comunicação de massa.

Se no passado literatura e historiografia contribuíram para a constituição da identidade cultural gaúcha, nas duas últimas décadas, dada a centralidade da mídia, especialmente os meios de comunicação têm se encarregado desse papel. No Rio Grande do



Sul, o destaque é da RBS, que pela sua força e alcance, tem papel fundamental no processo. Seja em rádio, TV ou jornal, a programação jornalística e de ficção e a propaganda institucional do grupo evidenciam uma estratégia de inserção regional com valorização da cultura local.

Zero Hora e as (re)elaborações da identidade gaúcha

Seguindo uma estratégia que é de todo grupo RBS, Zero Hora¹⁰ destina espaços para a temática da cultura regional, agindo na construção da identidade cultural gaúcha. Esse comportamento do jornal é observado em diferentes formas: na destinação de espaços específicos para o tema (colunas e artigos), cobertura de eventos especiais e no tratamento dado a algumas notícias do dia a dia nas diferentes editoriais. No primeiro caso, mantém desde 1982 uma coluna assinada por Antônio Augusto Fagundes, tradicionalista e apresentador do programa Galpão Crioulo. A coluna, que já teve várias denominações, hoje é intitulada “Charamuscas e Picholeios”, publicada aos sábados, no Segundo Caderno, com notícias de personalidades e acontecimentos ligados ao tradicionalismo e análises da temática.

Em relação à cobertura de eventos especiais, a maior ocorrência acontece em setembro, durante as comemorações Semana Farroupilha. Nesse período, rotineiramente o jornal produz artigos e reportagens especiais veiculadas ao longo da semana e cobre eventos pontuais que acontecem pelo Estado nesses dias, como acampamentos, cavalgadas, mateadas, desfiles, entre outros. Esse caso é o objeto de análise especial desse artigo.

O terceiro caso observado de espaço para a temática da cultura gaúcha parece ser o mais interessante para estudo¹¹. Para ilustrá-lo, podemos exemplificar com as seguintes ocorrências comuns em Zero Hora: na editoria de política, durante períodos pré-eleitorais, matérias evidenciam o grau de politização dos gaúchos, sua participação no processo e consciência política; no esporte, atletas que ganham projeção nacional ou internacional são

¹⁰ Criado em maio de 1964, Zero Hora, hoje, é o jornal de referência do Rio Grande do Sul. Em tiragem, fica próximo do concorrente Correio do Povo, com uma média de 170 mil exemplares de segunda à sexta-feira, ultrapassando os 200 mil aos domingos. Em tradição, perde, pois o concorrente tem 108 anos. Mas é o carro-chefe da RBS, maior grupo multimídia do Sul do país, e considerado o jornal de maior influência no Estado.

¹¹ Essa manifestação no jornal será o objeto principal da tese de doutorado que está sendo desenvolvida por mim na Pontifícia Universidade Católica - PUCRS. Porém, neste artigo, a análise do jornal irá mostrar a existência dessa ocorrência e analisar com mais profundidade a cobertura da Semana Farroupilha de 2002.



destacados; em cultura e variedades, acontece o mesmo com artistas e personalidades¹²; na economia, empresas gaúchas que expandem seus negócios para fora do Estado ganham notícia. O que é importante deixar claro é que essas coberturas extrapolam a obediência ao critério de noticiabilidade da proximidade, ou seja, a eleição de fatos que evidenciam assuntos e personalidades locais, próximas ao jornal. Para além da escolha da pauta, o que marca a cobertura é o enfoque dado à notícia e a narrativa construída, como que de um acontecimento se constrói uma notícia dando ênfase aos aspectos que reverenciam ou apenas mobilizam elementos (discursivos) de uma cultura regional.

A ação de Zero Hora na construção da identidade cultural gaúcha já está na pauta (acontecimento). O enfoque dado a elas e a narrativa empregada (construção em si da notícia) trazem elementos da cultura regional. Esses elementos funcionam como estratégias discursivas que mobilizam a memória do receptor, que os reconhece nesse discurso. Quando o jornal utiliza essa estratégia, acaba por mobilizar sentidos sobre o ser gaúcho. Nesse movimento que busca o assujeitamento, o jornal contribui para o fortalecimento (e reelaboração) da identidade. E o fazer jornalístico, a construção da notícia em Zero Hora é influenciada por essa tendência de valorizar a cultura regional, desenvolvida ou por estratégia mercadológica, ou como afirmação no mercado local ou, ainda, porque já marca a identidade do jornal.

Seguindo a proposta deste artigo, foi observada a cobertura de Zero Hora relativa à Semana Farroupilha de 2002, durante oito edições. Oficialmente, em 2002, a Semana Farroupilha ocorreu do sábado, 14 de setembro, à sexta-feira, 20. O jornal intensificou as notícias e reportagens sobre o tema da segunda-feira, 15 de setembro, ao domingo, 22¹³. Durante o período de maior cobertura, observado para esta análise, houve uma série de reportagens especiais sobre a atual situação dos locais onde ocorreram batalhas

¹² Como ilustração há a cobertura dada à carreira da modelo Gisele Bündchen. Na edição dominical de 11 de agosto de 2000, a modelo foi capa de Zero Hora e o enfoque foi o sucesso da modelo *gaúcha*, a beleza da mulher gaúcha. A manchete foi “Um conto de fadas gaúcho”, e a chamada, “Como o Rio Grande moldou Gisele Bündchen para o mundo”.

¹³ Durante os oito dias observados, Zero Hora publicou cinco reportagens de uma série especial sobre os locais de batalha da Revolução Farroupilha, com duas páginas diárias e chamadas de capa, nas edições de 16 a 20 de setembro; dois artigos na seção Opinião, dia 20; duas páginas mais a capa do Caderno de Gastronomia, dia 20, com notícias e receitas; três páginas mais a capa do Caderno de Cultura, contendo três artigos, dia 21; quatro comentários na coluna Almanaque Gaúcho, dias 16, 17, 19 e 20; as duas páginas centrais do Caderno Eleições, dia 21, com notícias; duas notícias, uma na editoria de Geral e outra no caderno TV+ Show, sobre a minissérie global *A casa das sete mulheres*, que trata da Revolução Farroupilha, dia 20 e 22; uma reportagem na Revista Donna, com cinco páginas mais a capa, dia 22; e ainda quatorze notícias durante o período, a maioria na editoria de Geral, mas também no Segundo Caderno, sendo várias com chamada de capa.

durante a Revolução Farroupilha, trazendo um roteiro de museus a visitar e prédios onde viveram os líderes farrapos ou ocorreram eventos importantes da Revolução. Além das reportagens, foram publicadas notícias sobre os eventos comemorativos à Semana Farroupilha no Estado, com destaque para desfiles, cavalgadas, acampamentos. Especificamente no dia 20 de setembro, Dia do Gaúcho, houve um grande número de matérias, colunas e artigos tratando do tema. Durante a semana, nos cadernos, Zero Hora publicou matérias especiais a respeito da Semana Farroupilha, destacando curiosidades sobre a imagem e vestimenta da prenda, a culinária campeira, a presença de políticos (período era pré-eleitoral no Estado e país) em eventos da Semana Farroupilha, a discussão sobre a tradição ou invenção da gauchidade, as origens do termo gaúcho e curiosidades sobre a Guerra dos Farrapos.

Foram analisadas as cinco reportagens especiais da série “As batalhas farroupilhas”¹⁴, sobre os vestígios dos locais de lutas dos farrapos. O conteúdo das reportagens traz a história das batalhas, entrevistas com historiadores ou responsáveis pelos museus desses locais, com parentes dos farrapos (e um dos imperialistas) e com pessoas comuns que têm alguma ligação com os locais.

Uma primeira constatação é que existe uma intenção em dar espaço para aspectos da cultura regional gaúcha. A escolha desse assunto para a pauta e a conseqüente exclusão de outros, a estruturação de uma série de reportagens, sem mencionar as demais matérias e textos opinativos publicados durante a semana, demonstram isso. Outras questões seriam: que enfoque é dado à cultura regional? Que tipo de identidade quer se constituir?

Essas perguntas podem ser respondidas começando pela análise da escolha das fontes. As reportagens não têm muitas fontes citadas e algumas são construídas principalmente por descrição das batalhas. Acredita-se que além das pessoas entrevistadas, foi realizada pesquisa bibliográfica, embora isso não seja dito ao leitor. Além dessa possível fonte não identificada, as fontes citadas, quase na sua totalidade, expressam nos relatos de suas falas simpatia pela Revolução Farroupilha. Com exceção da primeira reportagem, que traz uma

¹⁴ Os títulos principais das reportagens e seus temas são: 1) “República gaúcha desponta em Seival” - apresenta a situação do local onde se travou a batalha vitoriosa de Seival, em 10 setembro de 1936, que resultou na proclamação da República Rio-Grandense no dia seguinte, instalada em Piratini; 2) “Ilha do Fanfa encurla os republicanos” - mostra a ilha onde ocorreu em 4 de outubro de 1836 a batalha considerada o maior fracasso militar de Bento Gonçalves; 3) “Confronto tingiu bairro de vermelho” – ambientada em Rio Pardo, local onde ocorreu a Batalha do Barro Vermelho, dia 30 de abril de 1838; 4) “A República chega a Santa Catarina” - mostra Laguna hoje, cidade tomada pelos revolucionários em 22 julho de 1839, que fundaram a República Juliana; 5) “São José do Norte abriga embate sangrento” – traz São José do Norte, onde ocorreu

bisneta de um líder imperialista, em todos os casos são ouvidos somente descendentes dos republicanos, dirigentes de museus e historiadores locais que não se mostram desfavoráveis à causa farroupilha (“Hoje me orgulho de ser a guardiã de alguns desses objetos [de batalha] – afirma Aida Ferreira, professora da História e funcionária do Museu Barão de Santo Angelo” – 18/09/02; “Ana Paula leu livros sobre a história da heroína [Anita] e gosta de mostrar seus conhecimentos sobre a República Catarinense” – 19/09/02) . Mesmo no caso da descendente de imperialista, a fala da fonte não expressa discordância com a causa farroupilha, só um respeito aos princípios do antepassado. Na última reportagem, que enfoca a cidade como resistência imperialista e a violência da batalha (“São José do Norte abriga embate sangrento” – 20/09/02), não há fontes que representem o lado dos imperialistas inclusive, numa matéria secundária, há a fala de um descendente local de um líder farroupilha.

As fontes fazem parte de uma estratégia enunciativa do jornal que está presente também na forma como é construída a narrativa das reportagens. Apesar dos farrapos serem os contestadores, os que se rebelaram contra um poder central legítimo, o Império, Zero Hora, que habitualmente é conservadora em sua postura com relação a eventos que subvertam a ordem, não trata a Revolução Farroupilha como um evento que vai contra a ordem legal. Utilizando a estratégia da impessoalidade para dar ao relato o caráter de imparcial, procura construir uma representação positiva e de consenso (ao menos atual) em relação à causa farroupilha (“Em Rio Grande, monumento lembra o líder Bento Gonçalves, respeitado por separatistas e adversários” – 20/09/02). A narrativa é semelhante às da historiografia oficial tradicional e da literatura, que ajudaram a construir os sentidos de legitimidade da Revolução Farroupilha e auxiliaram na formação da identidade cultural gaúcha que se tem hoje. A narrativa confere ainda dramaticidade ao relato (“O dia 22 de julho de 1839 entrou para a História como um dos mais marcantes da Revolução Farroupilha” – 19/09/02; “São José do Norte amanheceu tingida de sangue em 16 de julho de 1840.” – 20/09/02). Outro aspecto interessante é que não é lembrado nas reportagens que a Revolução Farroupilha fracassou, que os farrapos perderam a guerra. Quer dizer, é um relato jornalístico que conta a história a partir do perdedor, mas a conta como se a derrota não tivesse existido ou fosse uma opção.

batalha em 16 de julho de 1840, considerada uma das mais violentas, cuja resistência dos imperialistas resultou na retirada dos farrapos.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Jornalismo**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Por fim, há uma personificação na narrativa sobre as batalhas, que acaba por enaltecer os líderes farroupilhas, descrevendo as ações dos combatentes pelas de seus chefes (“À frente de aproximadamente mil combatentes, Bento rumou para Triunfo, onde nascera.” – 17/09/02; “Expulso da Capital, Bento acantonou os bivaques em Viamão” – 17/09/02). E o tratamento dado a eles é de heróis, de pessoas íntegras e com coragem (“- A idéia de destruição e morte de civis assustou Bento Gonçalves (...) – justifica Constamilan” – 20/09/02; “Bento Gonçalves não quis incendiar a vila e preferiu perder a guerra. Foi um gesto muito honrado” (relato da fontes Plotino Pires da Costa) – 20/09/02; “O historiador Adílzio Cadorin, autor de *Anita, a Guerreira das Repúblicas*, acredita que Ana Maria se relacionou com Garibaldi por idealismo e não por amor” – 19/09/02). Essa forma de construir os personagens da Revolução vai ao encontro da representação oficial do gaúcho: herói, forte, corajoso, livre.

Considerações finais

Nessa análise de caráter ilustrativo, foi possível verificar que o jornal se ocupa da formação da identidade cultural gaúcha quando faz circular (cria) acontecimentos que se relacionam com a cultura regional. E que procura (re)criar uma identidade cultural que remete a sentidos positivos sobre o ser gaúcho. A Revolução Farroupilha é um dos principais antecedentes históricos de constituição da identidade cultural gaúcha, e as reportagens sobre esse evento utilizam estratégias que mobilizam sentidos buscados na memória discursiva sobre o gaúcho herói, melhor do que o Outro (de fora, o imperialista).

As reportagens analisadas são exemplos de como o jornalismo realiza a construção da identidade, utilizando as técnicas de seleção de assuntos e de fontes e uma forma de narrativa para construir “um mundo possível”, travestido de relato fiel à realidade objetiva e ocultando do leitor o processo produtivo dessa notícia. E demonstram que existe uma relação da indústria cultural – em questão a RBS - com a cultura regional no Rio Grande do Sul que já caracteriza a primeira.

Acredita-se que essa relação tem sido positiva para Zero Hora, que tem adotado essa fórmula há bastante tempo, tornando-se um local de vivência da cultura regional e, conseqüentemente, de resistência à homogeneização cultural, ao menos uma resistência a



uma cultura global. Fica a questão, para estudos posteriores, sobre a relação entre as subculturas existentes no Rio Grande do Sul e o papel do jornal na manutenção da subcultura gaúcha como a hegemônica e se há espaço de resistência para as demais subculturas. Num mundo de identidades híbridas, plurais, acredita-se que Zero Hora tem conseguido seduzir leitores, assujeitá-los quando propõe um discurso que foge da tendência à homogeneização e valoriza o regional (local x global), especialmente da forma como o faz, construindo uma identidade cultural gaúcha positiva, contribuindo para a constituição do imaginário social de valorização do gaúcho em relação ao Outro.



Referências Bibliográficas

- ALSINA, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1996.
- CORSO, Mário. O sonho Piratini e a identidade gaúcha. In *Zero Hora/Caderno de Cultura*. Porto Alegre, n. 13.547, 2002, p. 8.
- FLORES, Moacyr. O mito do gaúcho. *Correio Rio-grandense*. Caxias do Sul: São Miguel, 19 set 2001.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D.. *Cartografias dos estudos culturais*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. In: *Revista do Patrimônio Histórico Nacional*. Rio de Janeiro, n. 24, 1996, p. 68-76.
- _____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- _____. Quem precisa da identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 103-133.
- JACKS, Nilda. *Mídia Nativa: Indústria Cultural e Cultura Regional*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- _____. *Querência: Cultura Regional como Mediação Simbólica*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- MEIRA, Paulo Ricardo. *Sonhos de um marketing gaudério*. Coletiva.net. Disponível em: [www.coletiva.net] [capturado em 2 de outubro de 2002]
- OLIVEN, Rubem George. A dupla desterritorialização da cultura gaúcha. In FONSECA, Claudia (org.). *Fronteiras da Cultura*. Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS, 1993, p. 24-40.
- PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, F. e HAK. T. (orgs). *Por uma análise automática do discurso*. Campinas: UNICAMP, 1990a, p. 61-105.
- POSADA, Ana Maria Lalinde. La noticia: construccion de la realidad. In LEREE, Beatriz Solis (coord.). *Las industrias culturales*. México: Opcion, 1992, p. 121-139.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In PORTO, Dayrell. *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 217-232.



ROSSINI, Miriam de Souza. *Teixeirinha e o cinema gaúcho*. Porto Alegre: Fumproarte, 1996.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000, p.73-102.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo*: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p. 167-176.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico. In TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo*: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p. 74-90.

WOODWARD, Kathyn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e Diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 7-72