A construção da identidade capixaba na mídia[1]

Isabel Regina Augusto[2]
Karolina Broetto[3]
Nilo Kulnig Musso[4]
Thiago Sales[5]
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Este ensaio é resultado de pesquisa que analisa através de estudo de caso a construção na mídia de uma periférica identidade regional brasileira, qual a capixaba, na chamada pós-modernidade. Alain Herscovici (1995 e 2004), M. Castells (2006), S. Bauman (2005), D. Lopes (2010) e L. Passerini (2005) formam a base para reflexão teórica, enquanto M. Ciavatta (2002) e L. Santaella (1983 e 2004) auxiliam na construção da abordagem metodológica de analise das peças criadas para a mídia (talonários, cartões, vídeo, site, etc.), ou seja, aquela produzida pelo Banco do Estado do Espírito Santo - BANESTES, entre 1999-2009, no emprego do método denominado histórico-semiótico. Parte-se se da novidade do caráter autoconsciente, instrumental e mediado da construção desta identidade regional brasileira como iniciada a partir da segunda metadade da década de '90 do século XX no Estado do Espírito Santo e reflete sobre os significados desta construção no complexo contexto global contemporâneo.

Palavras-chave

Mídia, Identidade Cultural, Regionalismo, Globalização, Pós-modernidade.

Espírito Santo: o "entre-lugar" ou "identidades líquidas"

O Estado do Espírito Santo, Brasil, paralelo 22, a capital na ilha do sugestivo e politicamente incorreto nome de "Vitória" (existem informações de que este nome foi dado à ilha chamada pelos índios de *Guanaani*, transformada em capital como Vila Nova do Espírito Santo fundada em 8 de setembro de 1551, por causa da "vitória" dos colonizadores sobre os índios goitacazes que habitavam o território), parece ser a ilustração perfeita da categoria abstrata denominada "entre-lugar", como empregada por Denílson Lopes em

[1] Apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da INTERCOM. Manaus, 2013. Este artigo é resultado de Projeto vencedor do Edital Cultura e Educação da **Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Espírito Santo – FAPES**, financiadora da pesquisa.
[2] Pesquisadora e professora do Programa de Recém-Doutor do **Fundo de Apoio à Ciência e Tecnologia do Município de Vitória – FACITEC**- junto ao Programa de Pós-Graduação em História - PPGHis– UFES, autora e coordenadora do Projeto. Atualmente Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIFAP.
[3] Aluna de graduação de Desenho Industrial – UFES bolsista FAPES de Iniciação Científica do Projeto.
[4] Aluno de graduação de Desenho Industrial – UFES bolsista FAPES de Iniciação Científica do Projeto.
[5] Aluno de graduação de Desenho Industrial - UFES voluntário de Iniciação Científica do Projeto.

"Paisagens Transculturais" (LOPES in FRANÇA e LOPES: 2010[6]), esta palavra que é capaz de propor, conforme o estudioso, "tanto uma leitura estética quanto cultural de obras artísticas, produtos culturais e processos sociais".

Esquecido ou perdido "entre o Rio e a Bahia", como muitos para abreviar o discurso preferem defini-lo (a partir do seu lugar na geografia brasileira), Estados com os quais faz limites, respectivamente ao Sul e ao Norte, além de Minas Gerais a Oeste, o Espírito Santo apresenta uma história de ostracismo. Trata-se de um caso bastante emblemático dos paradoxos que encerram a questão da identidade brasileira, não obstante ter desenvolvido até a atualidade certa vocação para o anonimato político e cultural no panorama nacional.

O que, aliás, faz parte do problema já que não se sabe se o "complexo de inferioridade cultural" que parece (ia) acometer os nativos locais seja (fosse) resultado ou a própria causa da perpetuação da "inconfidência cultural", como se refere Paulo Emilio Salles Gomes ao falar do estado de subdesenvolvimento do cinema nacional, que resultou e conferiu ao Estado uma "paisagem de subdesenvolvimento cultural". Isto gera, inclusive, polêmica sobre a referida identidade regional brasileira, que não obstante faça parte da região mais desenvolvida do país, o Sudeste, no entanto é em tudo periférica e marginal. O que poderia, equivocadamente, nos levar a qualificá-la como "*identidade de resistência*", a partir da proposta de CASTELLS (2003), como veremos logo a seguir.

A descoberta da identidade *capixaba* na pós-modernidade: duplo problema

Discute-se possibilidade da existência da identidade *capixaba*[7], nome dado às roças de milho cultivadas na explanada da ilha-capital quando os portugueses aqui chegaram e que passou a designar primeiro o ilhéu, termo depois estendido para denominar a população do Estado. É idéia corrente que o *capixaba* não possui um falar ou sotaque próprio e etc., sendo a principal hipótese pelo seu "caráter mosaico" (CHAUDANE: 2010) não acomunando características comuns suficientes e muito menos sentidos de pertencimento que permitam reconhecer uma identidade própria, sendo seu Estado normalmente visto apenas como um corredor de acesso de Minas Gerais para o mar ou o quintal do Rio de Janeiro.

No final do século XX e na entrada do Novo Milênio, um dado novo porém: a mídia local parece ter descoberto o filão, passando a explorá-lo de forma sistemática em suas

[6] LOPES, Denilson. "Paisagens Transculturais". In: FRANÇA, Andrea & LOPES, Denilson (orgs.). *Cinema, Globalizacão e interculturalidade*. Chapeco, Argos, 2010.
[7] De acordo com estudiosos da língua tupi, *capixaba* significa roça, roçado, terra limpa para plantação. Os índios que ali viviam as chamavam de *capixaba* sua plantação de milho e mandioca.

campanhas publicitárias, de *marketing* assim como na comunicação publica como *leitmotiv*. Não que este processo tenha começado somente na atualidade, naturalmente. Para citar um exemplo, temos a moqueca, "hoje ícone da cultura *capixaba* já consolidado, graças ao trabalho de divulgação, reconhecido pelo povo que sempre aponta a moqueca como carro-chefe e nossa representante", conforme a historiadora Patrícia Merlo (2010). De fato, este uso da cultura material para símbolo de uma identidade regional parece ter começado com alguma força em 1975[8], quando o jornalista, escritor e divulgador do turismo do Estado, Cacau Monjardin, lançou o *slogan*: "moqueca é *capixaba*, o resto é peixada", publicando a receita do prato na campanha, que teve ampla repercussão. Contudo, há 35 anos, com fins quase exclusivos de promoção turística, esta campanha não possuía ainda caráter plenamente articulado e institucional. A novidade atual se deve à amplitude deste processo de construção de identidade que assume pleno caráter sistemático e institucional assim como, principalmente, a sua forma, ou seja, autoconsciente, instrumental e mediada pelos meios de comunicação.

Ao mesmo tempo, não menos grave, no contexto mundial também é fonte de polêmica acirrada a possibilidade ou utilidade, justamente, de se falar da identidade cultural na chamada pós-modernidade, debate no qual está no centro os deslocamentos relativos às identidades nacionais.

Contra alguns que consideram a questão impertinente, a historiadora Luisa Passerini[9], ex-former e atualmente associada EUI, titular de História Cultural do Departamento de História da Università di Torino, por exemplo, vem se dedicando ao estudo dos mitos e da identidade européia, demonstrando a necessidade de se debruçar sobre o problema. Inclusive organizando Congressos sobre o assunto com os auspícios da Comunidade Européia. Dentro desta linha, Passerini coordena um projeto desde 2005 intitulado *"Cinema in Europe – Europe in Cinema"*, envolvendo 5 universidades européias além de outras instituições de peso tendo como sede o Departamento de História da Universitá di Torino, focalizando o período entre 1989-2004, uma "escolha fundada sobre a

[8] A literatura estabelece três ciclos de desenvolvimento para o Estado: o 1º "Ciclo do Café" desde o período colonial até meados do século passado, o 2º, o "Ciclo Industrial" nos anos 1960 -1970, dos grandes projetos instalados no Estado como *Siderúrgica de Tubarão* (CST) hoje *Arcelor Mittal*, *Aracruz Celulose* hoje *Fibria*, *Vale do Rio Doce*, e o 3º Ciclo ainda "sem nome", que tem início na década de 1980 e que atravessamos hoje, cuja tônica é a diversificação com ênfase no setor de petróleo e gás.

[9] A historiadora e escritora italiana Luisa Passerini é autoridade mundialmente reconhecida no campo dos Estudos Culturais, e se dedica aos estudos da História e Memória, Movimentos de Transformação Social, História e Subjetividade, Estudos de Gênero entre outros, possuindo diversas publicações sobres os temas referidos em diferentes idiomas, sendo mais conhecida na América Latina como um dos grandes nomes da História Oral.

relevância das transformações ligadas ao ano de 1989 não somente no âmbito político e econômico, mas também no âmbito da produção cultural européia" (PASSERINI: 2005). A estudiosa explica que em particular o Tratado de Maastricht e o alargamento da União Européia impuseram uma urgência política na qual a ligação entre identidade política e identidade cultural européia está no centro do debate ainda em aberto. "Além disso, a partir de 1989 o reconhecimento do papel central do cinema na elaboração do senso de pertencimento está na base da criação de uma política cinematográfica e audiovisual européia (*Programmi EU: Media, Eurimages*)". O objetivo principal do referido projeto é o estudo dos processos de construção da identidade européia através do cinema, compreendido este como um sistema econômico, industrial, cultural, ideológico e artístico.

De fato, o caso da CEE[10] é emblemática sinalização da importância que deve ser dedicada à cultura e ao problema em foco nesta sede, evidenciadas as dificuldades enfrentadas devido à falta de atenção dada anteriormente a esses aspectos, durante o processo de integração dos países membros e, principalmente, na implantação da nova moeda, o "Euro". Parece que a partir de então, descobriu-se o que Peter Burke (2005) já havia indicado ao falar da ascensão da História Cultural, apontando para uma "virada cultural" mais ampla em termos de ciência política, geografia, psicologia, antropologia e "estudos culturais", que sofreram um deslocamento, ainda que somente uma minoria de acadêmicos que passaram da suposição de uma racionalidade imutável, como a teoria da escolha racional em eleições, ou em atos de consumo, por exemplo, para um interesse crescente nos valores defendidos por grupos particulares em locais e períodos específicos. Como bem alerta Peter Burke, um sinal dos tempos é a conversão do cientista político norte-americano Samuel P. Huntington à idéia de que, no mundo de hoje, as distinções culturais são mais importantes que as políticas e econômicas. Constatando que desde o fim da Guerra Fria, "o que vemos não é tanto um conflito internacional de interesses, mas um "'choque de civilizações'" (BURKE: 2005, 8).

Pesquisa sobre a construção da identidade *capixaba* na mídia

Partimos para o duplo desafio, guiados principalmente pelas proposições de Stuart Hall, que tem início em *A identidade cultural na pós-modernidade* (2005), o qual contra

[10] Este artigo começou a ser escrito efetivamente a partir de julho de 2009, quando a pesquisa caminhava para o seu fim, com os avanços das coletas de campo e os resultados da análise do material, e este parágrafo em particular foi escrito em outubro de 2009, pouco antes de "estourar" na imprensa internacional o caso da "crise Grécia" dentro da CEE, que mostra as dificuldades para os Estados e as comunidades em lidar com problemas econômicos, cuja solução é política, mas na qual o fator cultural tem papel constitutivo.

aqueles que se demitem e negam a utilidade ou necessidade de se estudar a questão, vem nos socorrer da sensação desagradável de desconforto de, na contracorrente, acreditar que ainda assim, ou melhor, mais do que nunca é necessário pensar e perscrutar tal objeto de estudo, citando Koberna Mercer, segundo o qual "a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza" (MERCER, 1990 in: HALL: 2005, "A identidade em questão", p. 9). Com a premissa do devido cuidado para com a complexidade do conceito de identidade**. S**tuart Hall considera a identidade na Pós-modernidade como um "processo celebrativo móvel" e "definida historicamente" (2005, 13) dando como exemplo o episódio do presidente Bush em 1991 na eleição de um Juíz conservador e negro, no qual busca sem sucesso fazer o "jogo das identidades", para falar da fragmentação ou pluralização das identidades, tendo como referencia o descentrado "sujeito pós-moderno" (idem, 18-19).

Já para Zygmunt Bauman, como afirma Benedetto Vecchio, a identidade é um assunto, pela própria natureza, intangível e ambivalente, afirmando que o primeiro parece "zombar educadamente" de quem tenta conceitualizar em definitivo a relevância política da identidade, já que numa sociedade que tornou incertas e transitórias as identidades sociais, culturais, sexuais, qualquer tentativa de "solidificar" o que se tornou líquido por meio de uma política de identidade levaria, inevitavelmente, o pensamento crítico a um beco sem saída. Entretanto para ele, apesar disso, e em acordo com Hall, o debate sobre a identidade é "uma convenção socialmente necessária". Este autor chama a atenção para o "cosmopolitismo dourado das elites", enquanto a miséria não pode escapar à dimensão local, em cujo contexto "a política das identidades fala a linguagem dos que foram marginalizados pela globalização" (VECCHIO in BAUMAN: 2005, pp.11-12).

No entanto, ainda Vecchio não deixa de salientar que muitos envolvidos nos estudos pós-coloniais enfatizam que o recurso à identidade deveria ser considerado "um processo contínuo de redefinir-se e inventar e reinventar a sua própria história". Como explica o filósofo-entrevistador italiano, é quando descobrimos a ambivalência da identidade: "a nostalgia do passado conjugada à total concordância com a 'modernidade líquida'". Conclui Vecchio: "é isso que cria a possibilidade de transformar os efeitos planetários da globalização e usá-los de maneira positiva" (BAUMAN: 2005, 13). Na visão otimista que antevê possibilidade de "libertação social" na "Modernidade líquida".

A já referida "virada cultural" indicada por Peter Burke (2005) parece estar também presente na proposta de abordagem para o problema do economista francês radicado no Espírito Santo, Coordenador do Mestrado em Economia da UFES, Alain Herscovic, no seu *Economia da cultura e da comunicação* (1995), que concorda com Bauman ao definir identidade "como uma construção ideológica". Segundo este,

> A identidade cultural, ou mais precisamente, o que é designado como tal, pode ser definida como uma construção ideológica que se traduz, objetivamente, por uma hierarquia das práticas culturais, portanto, por um sistema de referenciais. Assim, cada espaço cultural gera seu próprio sistema de referências. Sob formas diferentes, através de estéticas diferentes, cada espaço vai gerar uma hierarquia das práticas, como modos de oposição específicos entre cultura "erudita" e cultura "popular" (HERSCOVIC, p. 76).

A abordagem proposta por Herscovici (1995, 74-79), conforme esclarece o mesmo, "da conta, simultaneamente, da diversidade e da unidade, na medida em que, mesmo que cada cultura possua suas formas estéticas próprias e seus atributos específicos (a cultura "erudita" não pode se definir pelos mesmos objetos em espaços diferentes), a dinâmica permanece através das oposições culturais ligadas às oposições de classes". Este estudioso argumenta que a identidade cultural só pode se definir de maneira formal. Contudo, essa *definição formal*[11] permite compreender em que consistem as diferenças constatadas entre os diferentes espaços culturais.

Este autor acrescenta, ainda, que:

> No âmbito de uma sociedade onde existe um processo de diferenciação social, a identidade cultural é uma construção ideológica; a *fortiori*, numa sociedade altamente diferenciada como as sociedades típicas do capitalismo avançado, tal homogeneidade só pode ser construída. Essa construção é realizada pelos intelectuais (encontramos aí o conceito de hegemonia cultural formulado por Gramsci): ela é, obrigatoriamente, o resultado de uma mediação simbólica, realizada por intelectuais, a qual superaria os particularismos sociais e culturais, para inscrevê-los no projeto global de uma construção identitária[12] (idem, HERSCOVIC, 1995).

Manuel Castells (2006), que corrobora a proposta do estudioso francês, com base na Teoria Social que entende a identidade cultural como, *grosso modo*, uma "construção ideológica" ou "uma convenção socialmente necessária" de Bauman, mostrou-se

[11] Grifo nosso.
[12] "É a posição de R, Ortiz em Cultura e identidade nacional. Editora Brasiliense, 1985. Esse projeto global oculta, voluntariamente, os antagonismos de classe e é redutor, pois só representa". Cfr. A. Herscovic (1995).

fundamental para compreender o processo identitário do caso estudado. Este autor, que se remete a Calhoum, objeta que:

> Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida... O autoconhecimento – invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta – nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros[13] (idem, p. 22).

As palavras finais da citação conduzem ao cerne da forma como se dá a construção da identidade do caso aqui tratado, ou seja, *instrumental* e *mediada*, pois responde à "necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros", e que se insere no contexto do fenômeno da contemporaneidade qual a "crise da memória", conforme advoga Ulpiano Bezerra de Menezes ao falar da efervescência da memória, que anda hoje tão em voga, "principalmente como suporte de processos de identidade e reivindicações respectivas, onde Estado, empresas e entidades várias têm procurado "destilar sua auto-imagem", cujas palavras chaves são "resgate, recuperação e preservação" (BEZERRA de MENEZES, p. 12 in SILVA, 1999).

Como constata Manuel Castells, não é difícil concordar que, do ponto de vista sociológico, toda identidade é construída. Pois, para ele, a "a principal questão, na verdade, diz respeito *a como, a partir de quê, por quem, e para quê isso acontece*[14] (CASTELLS: 2006, 23). A construção de identidades, argumenta o mesmo, vale-se da matéria prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Entretanto, "todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço" (idem). Castells aventa a hipótese de que, em linhas gerais, "quem constrói a identidade coletiva, e para quê esta identidade é construída, são em grande medida os determinantes do conteúdo simbólico dessa identidade, bem como de seu significado para aqueles que com ela se identificam ou dela se excluem" (idem CASTELLS: 2006, p. 23-24). E, baseado que a construção social da identidade sempre ocorre em um contexto

[13] CALHOUN apud CASTELS (2006, 22).
[14] Grifo nosso.

marcado por relações de poder, este autor propõe uma distinção entre três formas e origens de construção de identidades.

As proposições de Manuel Castells em "*O Poder da Identidade*" (2006, 24), na categorização que realiza, permite-nos identificar, classificar e melhor compreender a identidade *capixaba* que, com base no caso aqui estudado, aproxima-se da "identidade legitimadora":

> 1.*Identidade legitimadora*: introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais, tema este que está no cerne da teoria de autoridade e dominação de Sennett, e que se aplica a diversas teorias do nacionalismo.
>
> 2.*Identidade de resistência*: criada por atores que se encontram em posiçoes/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo opostos a estes últimos, conforme propõe Calhoun ao explicar o surgimento da política de identidade.
>
> 3. *Identidade de projeto*: quando os atores sociais, utilizando de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade, capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social. Esse é o caso, por exemplo, do feminismo que abandona a trincheira de resistência da identidade e dos direitos da mulher, para fazer frente ao patriarcalismo, à família patriarcal, e assim a toda estrutura de produção, reprodução, sexualidade e personalidade sobre a qual as sociedades historicamente se estabeleceram[15].

Obviamente, como explica Castells, identidades que começam como resistência podem acabar resultando em projeto, ou mesmo tornarem-se dominantes nas instituições da sociedade. Transformando-se assim em identidades legitimadoras para racionalizar sua dominação. Como o estudioso destaca:

> De fato, a dinâmica das identidades ao longo dessa seqüência evidencia que, do ponto de vista da teoria social, nenhuma identidade pode constituir uma essência, e nenhuma delas encerra, *per se*, valor progressista e retrógrado se estiver fora do seu contexto histórico. Uma questão diversa e extremamente importante, diz respeito aos benefícios gerados por parte de cada identidade para as pessoas que a incorporam (CASTELLS, 2005, 24).

Considerando as perguntas centrais em torno das quais M. Castells formula sua proposta de classificação das identidades coletivas, ou seja, "a partir de quê", "como", "quem" e "para quê" as constroem, podemos refletir sobre o caso aqui abordado. Neste, supôs-se inicialmente que a identidade *capixaba* poderia ser qualificada como "identidade

[15] CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. *Vol. 2, 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 24.*

de resistência", se analisada no contexto nacional, já que esta é "criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação"; ou de "identidade de projeto" se lembrarmos o Projeto *"ES 2025*[16]" projetado pela ONG *Espírito Santo em Ação* cujo diretor-coordenador é o bem sucedido empresário Nilton Chieppe (Grupo Águia Branca - Vix), adotado depois pelo Governo Paulo Hartung (mandatos consecutivos: 2003-2006 e 2007-2010), que coloca em "Condicionantes de Futuros" o fortalecimento da identidade *capixaba* e da imagem do Estado como itens importantes (*ES 2025 – Plano de Desenvolvimento*: 2005, p.132-135), dado que este tipo se dá "quando os atores sociais, utilizando de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade, capaz de redefinir sua posição na sociedade". E como "identidade legitimadora", se considerarmos que esta é "introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais".

No entanto, no primeiro caso seria ingênuo até propô-la já que não se tem conhecimento da existência de nenhum grupo *capixaba* de resistência contra uma identidade ou identidades dominantes e muito menos grupos que o façam "com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições da sociedade, ou mesmo opostos a estes últimos" e tenha assim "construído trincheiras de resistência e sobrevivência", como por exemplo, os separatistas do Sul do país, permanecendo em exemplo nacional.

No segundo caso, não pode ser qualificada plenamente como "identidade de projeto", embora a existência do citado documento *"ES 2025"***,** e seus atores sociais utilizem de farto material para a construção de uma nova identidade, principalmente da mídia justamente, "capaz de redefinir sua posição na sociedade", entretanto, não o fazem para "buscar a transformação de toda a estrutura social", sendo a primeira e segunda exigências cumpridas, mas não a final, ou seja, ter como objetivo "a transformação de toda a estrutura social".

E, por fim, observamos que o acaso aqui abordado possui todos os traços da "identidade legitimadora", pois que no modo como o aqui estudado, foi "introduzida por instituições dominantes da sociedade", tanto no seu nascimento como projeto como citado, e depois reforçado com a incorporação do mesmo pelo Governo do Estado, "no intuito de expandir e racionalizar sua dominação", como mostra a condução da política externa do

[16] *"ES 2025 - Plano de desenvolvimento"*. Vitória (ES): Secretaria de Estado de Economia e Planejamento, 2006, 156p.

Governo Paulo Hartung nas negociações em torno do "pré-sal" e da PETROBRÁS (2010), para citar um exemplo recente e emblemático.

Podemos, em resumo, portanto, propor a partir de nossa pesquisa que a identidade *capixaba* transita ou transitou entre identidade "de projeto" e "legitimadora", tendendo mais para esta última, contemplando os dois tipos com relação aos seus atores, a forma instrumental e mediada, e objetivos de legitimação, embora não corresponda à todos os elementos do primeiro tipo, mas satisfazendo todos requisitos do segundo, na proposta de M. Castells (2006).

Para Castells, cada tipo de processo de construção de identidade leva a um resultado distinto no que tange à constituição da sociedade. E a *identidade legitimadora dá origem a uma sociedade civil*, ou seja, "um conjunto de organizações e instituições, bem como uma série de atores sociais estruturados e organizados, que, embora às vezes de modo conflitante, reproduzem a identidade que racionaliza as fontes de dominação estrutural"[17].

Estudo de caso: a comunicação do BANESTES - Análise das imagens

De acordo com a Teoria Social, portanto, a partir de Hall (2005), Herscovic (1995), Bauman (2005) e, principalmente, em Manuel Castells (2006), com base no caso aqui estudado e no material analisado, que cobre o decênio 1999-2009, peças e campanhas de comunicação e *marketing* do Banco do Estado do Espírito Santo – BANESTES[18] (este que se revelou emblemático para diversas questões que o objeto de estudo tratado nos coloca[19]), ou seja, final do século XX e início do XXI, vimos que a construção da identidade *capixaba* neste período embora possa transitar entre os três tipos da proposta de Castells, pode ser classificada como *"identidade legitimadora*". E esta tem um caráter *autoconsciente*, *instrumental* e *mediado*, na qual ocupa lugar fundamental a representação de sua auto-imagem. Logo, a exigência de análise desta.

Para a análise das imagens materiais, adotamos a metodologia elaborada por Maria Ciavatta (2002), a qual chamou método histórico-semiótico, com a pequena diferença que a

[17] Esclarece Castells que tal afirmação pode parecer surpreendente para alguns leitores, pois o termo "sociedade civil" geralmente carrega consigo uma conotação positiva de mudança social democrática. Entretanto, "esta é na verdade a concepção original de sociedade civil, conforme formulada por Gramsci, o mentor intelectual desse conceito ambíguo" (CASTELLS: 2006, 26).

[18] Em 1935 o interventor federal João Punaro Bley cria pelo Decreto 6.639 o *Instituto de Crédito Agrícola do Espírito Santo* que daria origem ao *Banco de Crédito Agrícola do Espírito Santo*, o *Ruralbank*, que viria a se chamar *Banco do Estado do Espírito Santo SA – BANESTES* em 1969.

[19] Ver "identidade diaspórica" in: Stuart Hall (2003) onde este propõe uma "política identitária em uma época de globalização contraditória, que evite os extremos do individualismo liberal e do relativismo cultural" (...) "que pode ser uma contribuição para reflexão sobre aspectos teóricos da política cultural brasileira e as transformações do discurso identitário nacional" (SOVIK in HALL, 2003, 19).

conjugamos à linha da Semiótica da Imagem de Charles Sanders Peirce, da qual Lucia Santaella (1983 e 2004)[20] é um expoente no Brasil. Na proposta de Ciavatta, que utiliza a fotografia como fonte histórica, esta conjuga a noção de *representação* de Roger Chartier, que propõe "identificar o modo como em diferentes lugares e momentos, uma determinada realidade social é construída, pensada, dada a ler (CHARTIER, p. 16-17 apud CIAVATTA, 2002, p. 24) com as argumentações de Pollak (1989) e Gontijo (1998). A sua proposta, explica a historiadora, é "compreender como o fotógrafo, como sujeito social, descreve a sociedade elaborando representações através de imagens fotográficas". Conforme explica a mesma, estas descrevem a realidade não como um espelho, mas, como uma "visão de mundo" (entre outras possíveis), como uma interpretação (representação) daquilo que a sociedade é (presente) ou, daquilo que ela poderia ser (futuro) (GONTIJO, 1998 apud CIAVATTA, 2002, p. 24). No entanto, a estudiosa acrescenta que as representações fotográficas são determinadas pelos interesses dos grupos que forjam, portanto devem ser observadas em relação com a posição de quem as utiliza, recordando da "colocação das representações fotográficas num campo de concorrências e disputas de poder e dominação, que dizem respeito à construção da memória histórica" (POLLAK 1989, p 3-15 apud CIAVATTA, p. 24). Sua metodologia possui quatro pontos elaborados em torno das noções de *representação*, *prática* e *apropriação* (Ciavatta: 2002, 24).

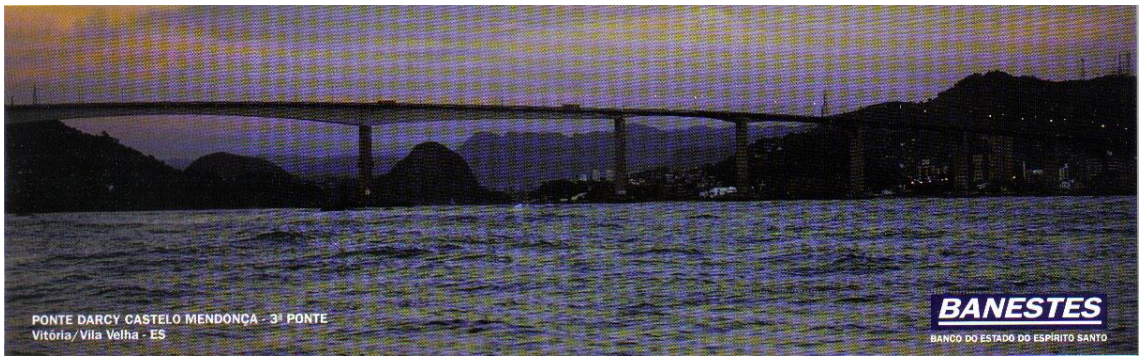
Com base na análise semiótica peirceana segundo Santaella (1983, 2004) em articulação com o contexto histórico nos eixos referidos como proposto por Ciavatta (2002), foram analisadas peças produzidas pelo Banco do Estado no período de 1999-2009 (talonários, fotos, cartões, vídeo, site), dos quais aqui destacamos aqui três talonários que são representativos da evolução (não no sentido valorativo) desta construção de imagem ou representação.

Foi possível observar que já em 1999, ironicamente, enquanto estava sendo forjada a tentativa frustrada de privatização do Banco, cerca de três antes da "virada histórica" de 2003 com a posse de um novo governo na direção do Estado, tem início campanha publicitária explorando o filão. De maneira ainda confusa, cinza e opaca como a própria foto, centrada principalmente em atmosfera e sentimento, entretanto marca o início da construção desta imagem com a eleição do referido símbolo. A partir de 2003 o tema é a superação das dificuldades, usando a força adquirida com a oportunidade bem capitalizada

[20] Na pesquisa, tendo como base Ciavatta (2002) e Santaella (1983 e 2004), utilizou-se também outros autores para tratar das imagens em movimento, quais De Chio e Casetti (1994) e (F. VANOYE: 1998), embora neste artigo optou-se por restringir-se a uma pequena, mas exemplar, porção do *corpus* material analisado.

do movimento pela manutenção do banco como patrimônio *capixaba*, quando parece ter início o uso articulado e sistemático do *leitmotiv* dos valores de construção de uma "identidade *capixaba*" na representação desta "auto-imagem" a que faz referencia Bezerra de Menezes (SILVA, 1999). Nesta segunda imagem, o eixo é a modernidade, a economia, o *desenvolvimento*. A última imagem parece consolidar uma imagem ou *paisagem* pós-moderna, que conjuga técnica e arte, humanismo, *tradição e modernidade*. As três imagens materiais parte do *corpus* analisado e aqui apresentadas (duas fotos e uma composição de foto com desenho), que constroem a "auto-imagem" do Estado do Espírito Santo no decênio 1999-2009 possuem em comum, como elemento central, a *Ponte Darcy Castelo de Mendonça*[21] popularmente conhecida como "Terceira ponte".

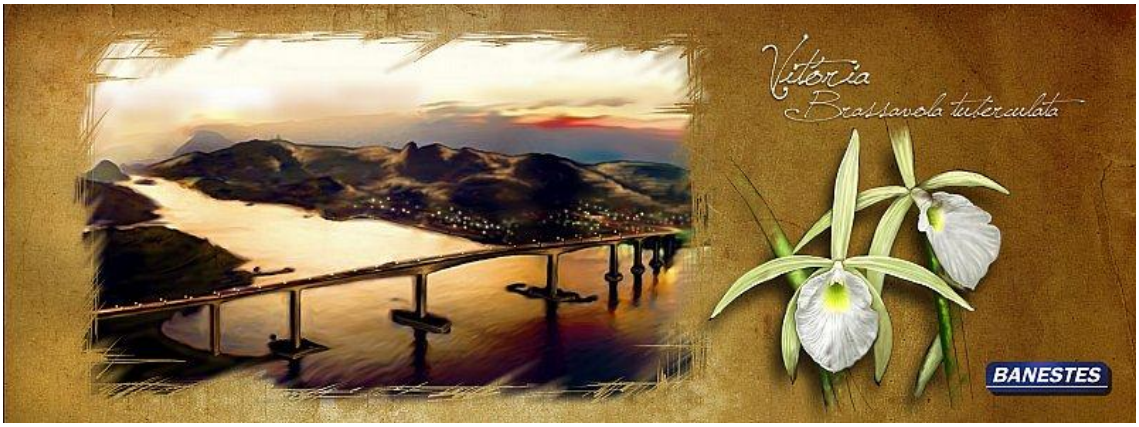
Um novo símbolo para o ES: a "Terceira Ponte"



GEMAK-BANESTES, 1999, Fotografia de Humberto CAPAI.

GEMAK-BANESTES, 2005. Foto de Humberto Capai/Usina de Imagem.

[21] Inaugurada em 1989, a Terceira Ponte assim ficou conhecida por ser a terceira ponte a ser construída ao sul da ilha de Vitória. É um símbolo arquitetônico da cidade, assim como, a maior obra pública já realizada em todo Estado. Em desenho estilizado foi também utilizada na ilustração do INTERCOM Regional 2010 e tem sido utilizada em diversos outros a seguir. Cfr. no site da entidade.



GEMAK-BANESTES, 2010, Ana Paula Castro.

Desse modo, o Espírito Santo, com base no caso aqui analisado, principalmente a partir da terceira e última imagem do talonário, da campanha produzida em 2009 e lançada em 2010, assinada pela *designer* Ana Paula Castro[22], com a qual após anos de utilização de fotografias o Banestes inova ao unir desenho, fotografia e artifícios gráficos. Nele observa-se a representação em torno da Terceira Ponte e da orquídea do tipo *Brassavola Tuberculata* (originária da capital e entorno), patrimônio edificado e patrimônio natural. Assim, parece buscar-se institucionalmente construir e inserir uma sua nova imagem no mundo globalizado, como portador de desenvolvimento sustentável e sustentado como demanda da nova realidade mundial, de equilíbrio na conjugação de tradição e modernidade, de tecnologia e humanismo, como requer o pós-moderno. Um *capixaba* forte e próspero, moderno nas atitudes e nos feitos, mas consciente e curador de seu patrimônio natural e cultural, de sua rica diversidade, é o que nos diz esta nova imagem, que doa uma "paisagem contemporânea" para ES.

Vale ressaltar que no passado, no período dos grandes projetos, década de 60-70, as classes dirigentes, como os formadores de opinião *capixabas* parecem não ter conseguido aproveitar devidamente a onda de desenvolvimento (2º ciclo), restando ao Estado uma paisagem moderna frágil de superfície nos edifícios, carros etc, que logo se deteriorou. Isto, provavelmente, por não ter acompanhado esta também nenhuma mudança de mentalidade e cultura, que continuou de cunho predominantemente conservadora e provinciana, e que conferiu até agora a "paisagem cultural de subdesenvolvimento" referida no início deste artigo. A partir da leitura de alguns estudiosos como M. Z. e Silva (1995) por exemplo, uma

[22] Ana Paula Castro: reconhecida *designer capixaba*, que já trabalhou para a Revista *Caras* (Abril) entre outros, que ficou famosa por conjugar de forma criativa os valores e materiais locais, da cultura *capixaba*, com a cultura global, numa leitura originalmente pós-moderna.

hipótese a considerar é que essa ausência de mudança do cenário cultural se deve à aliança que as grandes empresas que se instalaram fizeram com as oligarquias locais, não forçando ou obrigando a mudanças profundas nas formas das relações sociais e políticas no Estado. De certo modo, reproduziu-se o que ocorreu entre boa parcela da burguesia e o regime de exceção em nível nacional, com o "milagre econômico".

Como se trata de um processo recente, para uma realidade de lenta transformação como é a cultural (a despeito da aceleração do tempo que experimentamos na Modernidade Tardia), resta ainda perguntar (além de continuar a analisar a imagem/identidade, este processo de construção social) se desta vez os *capixabas*, ou melhor, se sua classe intelectual-artística e dirigente alcançará sucesso em sua proposta de uma nova identidade para um novo Espírito Santo como afirmam claramente seus últimos *slogans*. Para tal, naturalmente, logrando êxito em conjugar o universal e o particular, superando paroquialismos. E, principalmente, se, com base em Castells (2006), estará assim construindo uma imagem-identidade que será identificada, abraçada e reconhecida pela população do Estado e de fora. Legitimada, enfim. Essa é uma pergunta interessante para se buscar não entreatos, mas a *posteriori*.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade.* A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Vol. 2, 5 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CHAUDANE, Gilbert. "Identidade Capixaba: o efeito mosaico". Site **Estação Capixaba**: www.estacaocapixaba.com.br. Acessado em 10/08/2007.

CIAVATTA, Maria. *História do trabalho. O mundo do trabalho em imagens. A fotografia como fonte histórica (Rio de Janeiro, 1900-1930).* Rio de Janeiro: DP&A/FAPERJ, 2002.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HALL, Stuart. *Da Diáspora. Identidades e Mediações Culturais.* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HERSCOVICI, Alain. "Identidade Capixaba: alguns questionamentos". Site *Estação Capixaba*: www.estacaocapixaba.com.br. Acessado em 10/08/2007.

HERSCOVIC, Alain. *Economia da cultura e da comunicação.* Vitória: Editora Fundação Ceciliano Abel de Almeida, 1995.

LOPES, Denilson. "Paisagens transculturais". In: FRANÇA, Andrea & LOPES, Denilson (orgs.). *Cinema, Globalizacão e interculturalidade*. Chapeco, Argos, 2010.

MARTINUZZO, José Antonio. *Banestes 70 anos: o Banco da Nova História Capixaba. Vitória: Banestes, 2007.*

MENEZES, Ulpiano Bezerra de. "A crise da memória: história e documento: reflexões para um tempo de transformações". In: LOPES DA SILVA, Zélia. *Arquivos, Patrimônio e Memória: trajetórias e perspectivas.* São Paulo: UNESP:FAPESP, 1999.

MERLO, Patrícia. Site: http://www.marketingprofissional.com/moqueca-capixaba/. Acessado em 04/07/2010.

OLIVEIRA, Luis Teixeira de. *História do Espírito Santo.* Arquivo Público do ES: Vitória, 2008.

PASSERINI, Luisa.*Cinema in Europe – Europe in Cinema.* EU: Unitorino, 2005.

Plano de Desenvolvimento Espírito Santo 2025. Vol 1,2,3 e 4. Vitória (ES): Secretaria de Estado de Economia e Planejamento: 2006. 156p.

SANTAELLA, Lucia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTAELLA, *Semiótica aplicada.* São Paulo: Pioneira Thomson, 2004

SILVA, Marta Zorzal e. *Espírito Santo: Estado, interesses e poder.* Vitória: FCAA, 1995.

SOVIK, Liv. "Para ler Stuart Hall". In: HALL, Stuart. *Da diáspora. Identidades e Mediações Culturais.* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, pp. 09-22.