

MÍDIA E IDENTIDADE:

produção discursiva em torno da "única capital fundada por franceses"¹ *

MÍDIA AND IDENTITY:

discursive production around the foundation of São Luis

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA IDENTIDAD:

la producción discursiva en torno al enunciado "la única capital brasileña fundada por los franceses"

Ilza Galvão Cutrim

Resumo: Este estudo busca compreender práticas discursivas que definem, na contemporaneidade, as condições de exercício da função enunciativa de uma das identidades da capital maranhense, por meio da análise de discursos midiáticos presentes em duas propagandas, publicadas no jornal *O Estado do Maranhão*. Nossas discussões ancoram-se na Análise do Discurso de base foucaultiana no sentido de compreender como a ligação a um conjunto de relações históricas, submetidas a uma ordem, que preceitua o que pode ser dito e o que deve ser silenciado, possibilita que o enunciado promova a filiação a certa(s) identidade(s).

Palavras-chave: Mídia. Discurso. Identidade.

Abstract: This study is aimed at understanding the discursive practices that define, in contemporary times, the conditions of exercise of the enunciative function of one of the identities of the capital of Maranhão, through the analysis of media discourses present in two advertisements published in *O Estado do Maranhão*. Our discussions are anchored in a Foucauldian Discourse Analysis in order to understand how the connection to a set of historical relations, subjected to an order that stipulates what can be said and what should be silenced, allows the statement to promote a link to certain identity/identities.

Keywords: Media. Discourse. Identity.

Resumen: Este estudio busca entender las prácticas discursivas que definen, en la época contemporánea, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa de una de las identidades de la capital del Estado de Maranhão, a través del análisis de discursos constituyentes de dos publicidades divulgadas en el periódico *O Estado do Maranhão*. Nuestras discusiones se anclan en el Análisis del Discurso Foucaultiano para entender cómo la conexión a un conjunto de relaciones históricas, sujetas a una totalidad que establece lo que puede decirse y lo que debe ser silenciado, permite que el enunciado promueva el hecho de pertenecer a una (s) identidad (es).

Palabras clave: Los medios de comunicación. El discurso. La identidad.

1 INTRODUÇÃO

As reflexões sobre identidade na sociedade contemporânea estão na ordem do dia. Autores como Hall e Foucault destacam-na como um processo inacabado que se constrói na trama de uma pluralidade social e que resulta de produção e/ou construção de subjetividade. Ambas, identidade e subjetividade, resultam de transformações histórico-sociais próprias à vida cotidiana.

Segundo o filósofo francês, Michel Foucault (2001), desde que o sujeito foi reconhecido como entidade descentrada, no final do século XIX, há uma permanente (re)constituição das identidades, que, por sua vez, está relacionada a um jogo de poderes. Para Foucault, o dis-

curso, dispositivo de enunciação, é o principal veículo dessa produção de identidades.

O discurso, numa perspectiva foucaultiana, são "práticas, que formam sistematicamente os objetos de que falam". (FOUCAULT, 1997, p. 56). As práticas as quais se refere esse autor advêm de acontecimentos históricos, representados segundo o ponto de vista científico (as formações discursivas) e segundo as experiências denominadas pré-científicas (formações não discursivas). Para observar e descrever o modo como um objeto do discurso se constitui nas formações discursivas e não discursivas o analista do discurso precisa es-

*Artigo recebido em setembro 2012

Aprovado em dezembro 2012

tabelecer relações entre as superfícies (textos, obras) nas quais os objetos possam aparecer em diferentes momentos da história, relacionando-os entre si.

Esse olhar sobre o discurso orienta nossa tentativa no sentido de compreender que práticas discursivas definem, na contemporaneidade, as condições de exercício da função enunciativa de uma das identidades da capital maranhense – a de sua fundação francesa – por meio da mídia local. Para tanto, analisaremos duas propagandas publicadas no jornal O Estado do Maranhão.

2. DISCURSO E MÍDIA: entrecruzando vozes

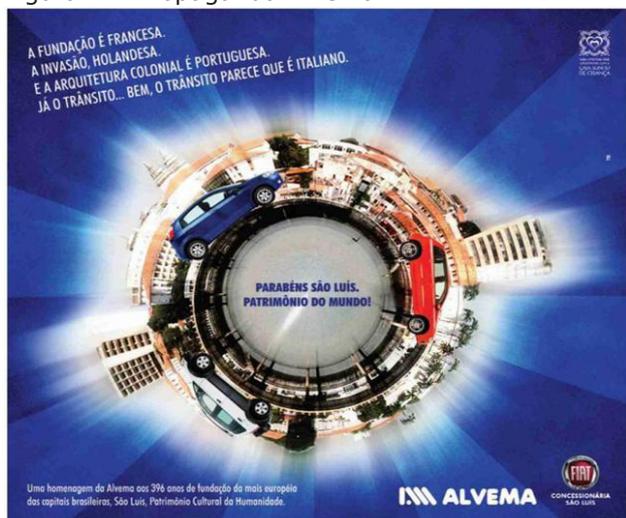
O saber sobre o homem na pós-modernidade tem se constituído, atualmente, objeto de interesse de diferentes práticas discursivas, que se empenham em compreender aspectos socioculturais que configuram o sujeito. Os textos da mídia apresentam-se como uma importante ferramenta para se compreender os procedimentos discursivos, as estratégias linguísticas e imagéticas e os processos de subjetivação que emergem na prática discursiva midiática.

Conforme destaca Gregolin (2000, p. 25),

A aparente instantaneidade da mídia interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da resignificação de mensagens e sinais enraizados no passado. Os gestos de interpretação fazem derivar do passado a interpretação contemporânea.

Vejamos como o movimento de interpretação se constrói na propaganda a seguir:

Figura 1 – Propaganda Alvema



Fonte: Jornal O Estado do Maranhão, 08 setembro de 2008. Ed. Especial, p. 15.

No enunciado: “A fundação é francesa. A invasão é holandesa. E a arquitetura é portuguesa.” há um retorno à memória de fundação, invasão e colonização, segundo a história narrada sobre São Luís.

Considerando tratar-se o texto de uma propaganda de revendedora de automóvel – a Alvema – e que, a propósito, revende carros da marca Fiat, produzidos por italianos, a cidade aparece com uma nova identidade. Essa nova identidade se manifesta como um recurso de argumentação, por meio do estilo, que se materializa na estratégia linguística: Já o trânsito... Bem, o trânsito parece que é italiano, estratégia que promove uma aproximação entre São Luís e a Itália. As regras que definem as condições da função enunciativa dessa propaganda inscrevem-se na instância do discurso da globalização na medida em que São Luís apresenta-se como a mais europeia capital brasileira.

O enunciado não verbal compartilha dessa manobra argumentativa: a ilha de São Luís é metaforizada por uma circunferência, simulando um pneu de carro em movimento, em que a cidade reúne igrejas e antigos casarões e edifícios modernos, que formam o pano de fundo. Em outro plano apresenta-se a imagem de três carros (da Fiat) como elementos que compõem o trânsito e movimentam a paisagem urbana. Vale frisar que as cores dos carros: azul, vermelho (estas duas cores constituem o pano de fundo da imagem) e branco – resgatam as cores da bandeira francesa e também duas das cores da bandeira do Estado do Maranhão .

Segundo Hall (1997), quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem flutuar livremente.

Essa ideia é ratificada pelo enunciado localizado no canto inferior esquerdo da imagem: “Uma homenagem da Alvema aos 396 anos de fundação da mais européia das capitais brasileiras. São Luís, Patrimônio Cultural da Humanidade.” (Grifamos) O trecho destacado completa o discurso de que a capital maranhense possui uma história singular perante as demais: a presença de franceses, holandeses e portugueses na formação do povo maranhense. Esse discurso da singularidade se completa ainda mais com a propaganda na medida em que ela traz mais um país da Europa para compor a identidade ludovicense na contemporaneidade: a Itália, naquilo que ela tem de

presente em São Luís – a Fiat. Há também uma tentativa de promover no turista italiano um sentimento de pertencimento ao lugar.

Uma análise arqueogenealógica do discurso de fundação da capital maranhense nos permite observar traços discursivos vinculados a um saber que se constitui de um conjunto de regras históricas que fazem funcionar determinados sentidos apoiados na “ideologia da singularidade”, a de que “São Luís é a única capital brasileira fundada por franceses”.

Esse mito de fundação consiste num retorno às origens, à história – que reconhece o ato solene da celebração da primeira missa em solo maranhense por franceses como o acontecimento de fundação da capital – ao mesmo tempo em que busca uma identificação com um país que simbolizava novos tempos: a França, berço do Iluminismo. O discurso de fundação francesa torna(ria) os nascidos na capital maranhense distintos dos demais brasileiros, já que São Luís é a única reconhecida, oficialmente, como capital fundada por franceses.

O discurso da singularidade surge numa época em que São Luís passava por um crescimento econômico, que possibilitou à elite viver no luxo, na sofisticação, o que produziu uma mudança em seu comportamento e fez nascer uma mentalidade de superioridade. Lacroix (2008) põe em discussão o sentimento de apego dos ludovicenses à fundação da capital e batiza essa crença de “mito de fundação”, que se expressa em datas comemorativas, práticas festivas, nomes de avenidas, registros históricos, dentre outros.

Segundo a historiadora, aquilo que para os franceses seria a afirmação do cristianismo e a intenção de criar uma colônia em terras pagãs (a França Equinocial), e que figura para os cronistas e historiadores portugueses e brasileiros como resultado da ação de “invasores”, para as elites e a população da capital maranhense adquiriu, no final do século XIX, o significado mítico e ideológico de uma experiência que se tornou única em terras da América portuguesa: a fundação da capital por franceses.

Vale destacar que o século XIX marca a fase de decadência da lavoura, que mantinha a economia do Estado do Maranhão estabilizada. Nesse período, acreditar na fundação francesa de São Luís implicava em reinventar as tradições, ou seja, o nascimento do mito da singularidade de fundação reflete o desejo do maranhense de se sentir único, o que reafirma a opinião de Robsbawn e Ranger (1997), para quem o momento em que as sociedades passam por situações difíceis é propício para a *invenção de tradições*.

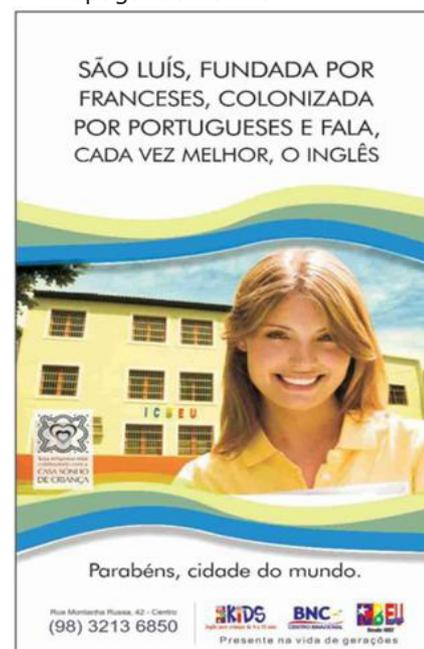
Tais atitudes se justificam porque, diante da tese da perenidade da natureza humana, o homem irá eleger símbolos que vão delimitar os traços de sua identidade, em busca de afirmação e legitimação da memória, entendida como a seleção de fatos que merecem ser lembrados. Segundo Foucault, há uma seleção que se dá por meio de uma economia do poder que elege o que pode/deve ser apresentado ao sujeito. Na escolha dos elementos que serão dignos de lembrança, alguns acontecimentos são selecionados, em prol de outros, como mais importantes.

Assim é que a seleção da identidade de fundação francesa tem procurado se ancorar numa memória que reflete uma cultura intelectualizada. Afinal, o século XIX, conhecido como “o século do galicismo”, foi o período de maior influência da cultura francesa no mundo. “O maranhense sentiu-se superior às populações das outras províncias e procurou buscar uma diferença, ainda que mítica, em suas origens”. (LACROIX, 2008, p. 66).

Os acontecimentos que enredam a história de São Luís possibilita(ra)m as regras de aparecimento desse dizer – o discurso da singularidade – e têm na mídia uma forte aliada, na medida em que ela participa do jogo de atualização da memória de fundação.

Ao analisarmos o funcionamento discursivo da mídia, poderemos entrever movimentos de resgate na memória e de estabelecimento do imaginário de uma identidade social.

Figura 2 – Propaganda ICBEU



Fonte: O Estado do Maranhão (2008)

Os mecanismos discursivos que atualizam a identidade de fundação francesa, e ao mesmo tempo inauguram novas identidades, atuam pelo resgate da história – que oficialmente reconhece a fundação francesa – e da memória, que mantém viva essa fundação na contemporaneidade, ao mesmo tempo em que inscreve uma nova identidade. Na propaganda do instituto de idiomas ICBEU, as regras que definem as condições de exercício da função enunciativa também estão inscritas na instância do discurso da globalização.

A globalização se refere aos processos atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado (HALL, 1997).

Na instância do enunciado, temos: “São Luís, fundada por franceses, colonizada por portugueses e fala, cada vez melhor, o inglês”. O enunciador fala do lugar de um empresário que procura, por meio de um jogo de marketing, mostrar que São Luís é uma cidade culturalmente situada em vários espaços que ultrapassam as linhas do tempo: a São Luís do passado de fundação francesa e colonização portuguesa, e a São Luís contemporânea, que cada vez mais se aproxima do idioma universal, o inglês.

A cidade que tem toda uma tradição europeia situa-se hoje no discurso da contemporaneidade com uma nova identidade – *a cidade do mundo*. O enunciado “Parabéns, cidade do mundo” projeta São Luís para um lugar que ultrapassa as fronteiras do local, do nacional tornando-a mundial, integrando-a ao universo globalizado.

O enunciado situa o Instituto Cultural Brasil - Estados Unidos (ICBEU) como parte da história de São Luís, ao mobilizar a memória sobre o instituto, que está “Presente na vida de gerações” (enunciado que se localiza na margem inferior da imagem).

Em sua dimensão não verbal, o enunciado se revela como complemento do verbal: as cores da propaganda – amarelo, azul e verde – mantêm uma harmonia com a cor do prédio do ICBEU (amarelo), que aparece imponente no plano de fundo. Vale lembrar que o amarelo e o azul são as cores da bandeira de São Luís. A figura feminina (branca, loira), que se destaca em primeiro plano, figurativiza o falante do idioma inglês. Nesse sentido, há uma idealização de nação numa única raça. Nessa direção,

Hall (1997) ressalta: não importa quão diferentes possam ser os membros de uma cultura, em termos de classe, gênero ou raça. A cultura nacional busca unificá-los numa única identidade, a fim de representá-los, a todos, como pertencendo à mesma e grande família nacional.

A atualização da memória é mobilizada por meio da seleção de um símbolo eleito como representativo de sua identidade: a fundação francesa. Nesse movimento de lembrar e relembrar há uma seleção; interessa a memória de fatos importantes que marcaram a história da cidade. Na escolha dos elementos que serão dignos de lembrança, alguns acontecimentos são selecionados, em prol de outros, como mais importantes.

No processo de atualização do discurso de fundação francesa, os mecanismos produzidos no campo da enunciação revelam que a irrepetibilidade da cena enunciativa produz a irrepetibilidade absoluta do sentido. Em outras palavras, a repetição do enunciado “Única cidade fundada por franceses” é reinventada a cada nova enunciação, marcando a coincidência entre acontecimento e discurso, operando o novo na repetição.

Alguns discursos que circulam na mídia produzem uma rede simbólica que forja identidades. Tais discursos constituem práticas discursivas que produzem subjetividades como singularidades históricas a partir do agenciamento de trajetos temáticos, por meio de um insistente retorno de figuras, de sínteses-narrativas, de representações que constituem o imaginário social, um conjunto de configurações textuais que, de um acontecimento a outro, articula os temas e opera o “novo na repetição” (GUILHAUMOU; MALDIER, 1986, p. 45).

No processo de reatualização do discurso de fundação francesa, os mecanismos produzidos no campo da enunciação revelam que a irrepetibilidade da cena enunciativa produz a irrepetibilidade absoluta do sentido. Nas palavras de Benveniste (2005, 2006), ao falar, o homem reinventa a cada instante a língua. As condições de emprego das *formas linguísticas* fazem remissão à concepção de língua enquanto sistema de signos e dizem respeito a todo um conjunto de regras sintáticas por meio das quais acontece a sintagmatização. Por outro lado, as condições de emprego da *língua*, no campo da enunciação, abrangem o ato do sujeito. Interessa, pois, não o *dito* em si, mas o lugar que ocupa o enunciador e o(s) sentido(s) decorrentes de seu dizer.

Em outras palavras, a repetição do enunciado “Única cidade fundada por franceses” não implica a repetição enunciativa, pois cada enunciação dá-se num tempo diferente, o que significa dizer que “cada vez que o locutor emprega a forma gramatical do ‘presente’ [...], ele situa o acontecimento como contemporâneo da instância do discurso que o menciona” (BENVENISTE, 2006, p. 74-75). Trata-se de um presente reinventado a cada nova enunciação, marcando a coincidência entre acontecimento e discurso.

A fundação francesa de São Luís, por exemplo, é um acontecimento discursivo que faz parte de um insistente retorno à memória de um acontecimento histórico que atravessou o tempo e continua sendo presentificada. Essa memória tem como aliada a mídia local que por meio de representações que constituem o imaginário social ludovicense, constrói uma “história do presente” e simula um acontecimento-em-curso, evadido de signos do passado.

3 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Os homens escolhem símbolos que são dignos de lembrança. Na rede de escolhas articula-se a trama do poder daquilo que deve permanecer na memória. A cidade de São Luís mantém (re)atualizada, na contemporaneidade, a identidade de “única capital fundada por franceses”. Esse enunciado emergiu e se reatualiza por meio de uma série de acontecimentos discursivos, como a necessidade de ter viva na lembrança fatos que colocam a capital maranhense numa visibilidade nacional: a fundação francesa seria mais valorizada como um fato a ser lembrado do que uma fundação por indígenas, por exemplo.

Tal visibilidade é explorada pelo discurso da mídia, principalmente, que se utiliza da identidade de fundação francesa como um mecanismo particular para colocar a capital maranhense no roteiro turístico como uma capital que guarda uma história singular.

A fundação é, discursivamente, enredada por meio de enunciados que silenciam a presença dos índios, considerados uma cultura inferior (a exemplo do que aconteceu com o “descobrimento” do Brasil) e negros em prol de um discurso de fundação em favor de uma memória elitizada. Na esteira desse discurso, o enunciado *São Luís, única capital fundada por franceses* insere-se numa ordem que inaugura uma identidade local singular, já que São Luís se diferencia

das demais capitais brasileiras. Há uma luta política, que se constrói historicamente, e que torna possível afirmar e reatualizar esse discurso. Política no sentido de que há uma supervalorização do elemento branco, o europeu.

Os acontecimentos e as transformações históricas, assim como as mudanças nas representações coletivas, não ocorrem de um momento para outro nem se apagam de repente. A identidade de fundação francesa, tão cara à capital maranhense, tem no jogo discursivo, que lhe possibilita retornar e dialogar com novos discursos, um aliado que a faz se reatualizar e lhe possibilita a permanência, mesmo depois de superadas suas possibilidades históricas.

O resgate da memória de acontecimentos discursivos que mobilizam o surgimento da identidade “São Luís, única capital brasileira fundada por franceses” e os acontecimentos que produzem uma reatualização dessa memória, na contemporaneidade, referem-se, direta ou indiretamente, às formas de relação do homem maranhense com seu passado-presente. Rememorar esse discurso de fundação é um mecanismo para permanecer em evidência perante a mídia.

NOTAS

1. Este texto é uma versão resumida do artigo “Na mira da mídia: acontecimento discursivo e produção de identidades em torno da fundação de São Luís”, publicado nos Anais do VIII ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura – Salvador-BA, 2012. As discussões aqui apresentadas fazem parte das reflexões desenvolvidas no projeto de pesquisa “Tecendo os fios da rede da memória: um estudo sobre a atualização da memória de identidades da cidade de São Luís-Ma.”, filiado ao Grupo de Pesquisa em Linguagem e Discurso/GPELD, que compõe o Núcleo de Estudos e Pesquisas em Linguagem, Cultura e Identidade-NEPLiCI, do Departamento de Letras da UFMA. A pesquisa foi realizada entre 2010 e 2011 e contou com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão-FAPEMA e da aluna Deborah Nyanne A. Diniz Costa, bolsista de Iniciação Científica.
2. A bandeira possui uma cor a mais: o preto.
3. Claude D’Abeville. De como se plantou a cruz no Maranhão e foi terra batizada. In: _____. História da missão dos padres capuchinhos na Ilha do Maranhão e terras circunvizinhas, publicado em 1614. In: Especial, jornal *O Estado do Maranhão*, 8 de setembro de 2010, p. 4.
4. A capital maranhense recebeu o nome São Luís em homenagem ao rei Luís XIII. Daí o epíteto

"Iudovicenses" (de Ludovicus, Luís em latim) aos nascidos na capital.

REFERÊNCIAS

BENVENISTE, Émile. *Problemas de linguística geral I*. 5.ed. Campinas: Pontes, 2005.

_____. *Problemas de linguística geral II*. 2.ed. Campinas: Pontes, 2006.

FOUCAULT, Michel. Outros espaços. In: MOTA, M. B. (Org.). *Michel Foucault e a Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. v. 3, p. 411-422.

_____. *Microfísica do poder*. Organização e tradução de Roberto Machado. 23. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

_____. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

GREGOLIN, Maria do Rosário V. (Org.). *Filigranas do discurso: as vozes da história*. Araraquara: FCL/Laboratório Editorial/UNESP; São Paulo: Ed. Cultura Acadêmica, 2000.

GUILHAUMOU, J. J.; MALDIDIER, D. Effets de l'archive. L'analyse de discours du cote de l'histoire. *Langages*, Paris, n. 81, 1986.

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

O ESTADO DO MARANHÃO. São Luís, 8 set. 2008. Edição especial.

O ESTADO DO MARANHÃO. São Luís, 8 set. 2010. Edição especial.

LACROIX, M. L. *A fundação francesa de São Luís e seus mitos*. 3. ed. São Luís: EDUFMA, 2008.

ROBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.