
A Memória da Cidade dos Sonhos: a Produção Memorial do Jornal Diário do Povo do Piauí sobre Teresina¹

FEITOSA, Sammara Jericó Alves²
COSTA, Arabela Elisa Martins Eulálio Neves³
Universidade Estadual do Piauí (UESPI), Teresina-PI
Estácio Teresina

Resumo

O olhar desta foi para o jornal Diário do Povo do Piauí e a memória construída sobre a cidade de Teresina por meio de matérias comemorativas de aniversário da capital do Piauí na respectiva data. Vários autores foram utilizados, como Candau (2005, 2016), Le Goff (2003) e Velho (1999, 2003). Vale destacar autores piauienses, como Rego (2008) e Araújo (1997), que tratam sobre a mídia local e a cidade de Teresina. Essa pesquisa tem caráter quanti-quantitativa para descobrir que tipo de memória o jornal construiu sobre a cidade. O resultado mostrou o reforço de um discurso político de cidade moderna, urbana, cosmopolita e uma memória oficial de acordo com os interesses políticos da Prefeitura Municipal de Teresina, a principal fonte de todas as matérias.

Palavras-chave: Memória; Jornal Impresso; Teresina

Introdução

Jornalisticamente, este trabalho pode contribuir para ampliar o conhecimento sobre essa relação entre mídia e memória, pois esta pesquisa investigou o jornal local, Diário do Povo do Piauí, quanto ao tipo de memória que o jornal vem construindo ao longo dos seus 30 anos de atuação. Como explica Certeau (1994), a cidade é múltipla porque ela é percebida de várias formas por diferentes personagens que conversam entre si, então, considere que o jornal Diário do Povo do Piauí é também um personagem que dialoga com os indivíduos e com a própria cidade, criando certo “contrato com o outro (o interlocutor)” (CERTEAU, 1994, p. 40).

¹ Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais, GP Comunicação e Culturas Urbanas do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Formada em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo (UFPI); Mestre em Antropologia (UFPI); Professora Efetiva da Universidade Estadual do Piauí (UESPI) e da Faculdade Estácio Teresina; e-mail: jsammara@gmail.com

³ Formada em Publicidade pela Faculdade CEUT, Teresina-PI; Especialista em Marketing (UFPI); Professora da Faculdade Estácio CEUT: arabelaeulalio@hotmail.com

Levo em consideração que a mídia é um agente dentre muitos que existem na sociedade e na cidade e que, portanto, a forma como produz e apresenta a memória da ‘urbe’ é somente um dos vários enunciados com múltiplas tendências, como político, mercadológico e profissional. Há inúmeras possibilidades de construir as memórias sobre a(s) cidade(s) e seus cidadãos e o conjunto dos meios de comunicação é uma dessas alternativas de produção memorial.

2 MÍDIA - PODER SIMBÓLICO DE PRODUÇÃO DE SENTIDOS E MEMÓRIAS

Jornais impressos, revistas, o rádio, a televisão, o cinema e, por último, a internet. Todos esses meios estão associados à palavra mídia, que remete à compreensão de suportes técnicos capazes de produzir e divulgar grandes quantidades de informações para um número de receptores quase que incontáveis. Duarte (2005, p. 87) diz que esses suportes técnicos são os "aparelhos sociais institucionalizados geradores de mediações simbólicas pelas quais se hierarquiza, tematiza e classifica a realidade social", mas uma realidade que está em constante transformação, mudança, evolução, pois a sociedade não é estática, ao contrário, ela está, permanentemente, em ebulição, em movimento. Velho (2003) também aponta os meios de comunicação como parte de um grande composto de agenciadores e agências, como a família, a escola, a igreja e grupos sociais.

Formada por diversas organizações, como por exemplo suas entidades sociais, políticas, econômicas, a sociedade sempre (re)inventa novas fórmulas de se comunicar, interagir, por isso, para Beltrão e Quirino (1986), a história das sociedades é também o relato das invenções comunicativas, do desejo do indivíduo ou de um grupo de uma comunicação (produção-transmissão e resposta) mais eficiente e rápida.

Apesar da mídia ter velocidade na transmissão de dados, vale destacar o pensamento de Wolton (2004) que essa agilidade, sem ter tanto a dificuldade quanto ao tempo e espaço, não corresponde a uma qualidade quanto ao conteúdo desse contato. Outra questão é que as informações midiáticas não são uma construção fiel da realidade e são construídas a partir de "operações de seleção, extração, redução, a contradição entre a presença e a ausência num lugar" (LATOURETTE, 2004, p. 42).

Para Thompson (1998), a mídia, com suas diversas formas de narrativas, representa um poder simbólico com “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas” (THOMPSON, 1998, p. 24). E quando se fala em mídia, é preciso trazer à luz o fazer jornalismo, a atividade que apura acontecimentos, faz seleção e depois

divulga. Thompson (1998) ressalta que o jornalismo é uma forma moderna de saber o que acontece no cotidiano das sociedades, mas a vontade de estar informado é mais antigo.

Claro que pela mídia, com suas técnicas, critérios de noticiabilidade e interesses próprios, ela é somente uma das várias organizações presentes na sociedade, então, ela é somente um olhar, uma perspectiva de um fato. Para Ruano (2015) os meios de comunicação e o jornalismo assumiram papel relevante no contexto de todas as sociedades e, assim, “o jornalismo é a atividade humana que torna viável à sociedade conhecer aquilo que cotidianamente no interior dela própria acontece” (CARVALHO, 2010, p. 1).

2.1 Antropologia da Memória

Atualmente, a memória ganhou status de ser “um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes em anos recentes” (HUYSEM, 2014, p. 1) e o interesse pela memória nos EUA e na Europa aconteceu por volta dos anos 80 em função dos debates acerca do Holocausto e do Terceiro Reich: “subida de Hitler ao poder em 1933 e as infames queimas de livros dos Nazis, lembrados em 1983; a Noite de Cristal, o massacre organizado em 1938 contra judeus alemães” (HUYSEM, 2014, p. 3), o que mostra o diálogo entre memória e política, memória e poder, “porque insere na esfera pública os acontecimentos que são dignos de serem lembrados (CASADEI, 2009, p. 81).

Recentemente, no dia 11 de novembro de 2018, 70 líderes mundiais se reuniram em Paris para “comemorar” os cem anos do fim da Primeira Guerra Mundial. Esse fato ganhou grande repercussão na mídia internacional e pode ser analisado como um exemplo de eventos “dignos” de serem lembrados e auxilia na compreensão de que a mídia também pode ser vista como porta-voz de discursos memoriais. Como afirmou o Presidente da França, Emmanuel Macron “o passado não deve ser esquecido”⁴. Nessas comemorações históricas, as autoridades políticas colocam para o público a obrigação, o dever de memória e a mídia contribui para esse compromisso e imposição. O aniversário de Teresina faz parte do jornalismo comemorativo e é também um exemplo de obrigação, pois é uma data já incluída no calendário das redações e da cidade. O jornal investigado nessa pesquisa, Diário do Povo do Piauí, trabalha com um calendário de eventos, que altera a rotina da empresa desde o comercial até o trabalho jornalísticos nas redações.

⁴ Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/11/lideres-mundiais-celebram-o-centenario-do-1fim-da-primeira-guerra-em-paris.shtml>>. Acessado em 15 de novembro de 2018.

Para Huyssem (2014) o calendário é uma ferramenta útil para o dever de memória coletiva e isso vale também para a própria imprensa. Esse pensamento também é acompanhado por Casadei (2009, p. 80-81) quando afirma que “o calendário sempre foi um emblema e um objeto de poder. Não só porque controla os ciclos e as divisões temporais [...] mas também porque controla o ritmo de trabalho e de tempo livre, com os respectivos espaços para a comemoração” (CASADEI, 2009, p. 80-81).

E esse dever de memória, segundo Huyssem (2014), no tempo atual, é porque as sociedades estão à margem de uma obsessão global pela memória e quase em pânico com a possibilidade do esquecimento. Por ser humana e coletiva, as memórias não são totalmente confiáveis, tem falhas e, muitas vezes, são conflituosas. Diante dessa questão e da fixação pela memória, vale destacar a afirmativa de que vivemos uma “cultura da memória” (HUYSEM, 2014, p. 6).

Mas o que é memória? Para Izquierdo (2011, p. 11), “significa aquisição, formação, conservação e evocação de informações. A aquisição é também chamada de aprendizado ou aprendizagem: só se “grava” aquilo que foi aprendido”. Para Candau (2005, p. 20), “aprender é colocar na memória” e a partir desse aprendizado seguir o curso da vida com seus desafios, rotinas e experiências. E por falar em experiências (e cada indivíduo vai colecionando várias ao longo da vida), é pertinente destacar que as memórias se modificam, remodelam, transmudam a cada nova vivência, ou seja, o indivíduo tem seus motivos para lembrar ou esquecer, pois são os relacionamentos, as interações que vão determinar as lembranças ou seus esquecimentos para cada pessoa. O ato de esquecer não é um problema de comunicação ou de memória do sujeito e sim uma forma desse indivíduo se afastar de lembranças que para ele são insuportáveis (CANDAU, 2016).

Se, no passado, a memória dependia da capacidade de alguns indivíduos chamados de portadores ou guardiões para guardar e compartilhar, por meio da oralidade, a história do grupo, Candau (2005) ressalta o papel da escrita para registrar como para alimentar e manter viva, ao longos dos tempos, a história e a identidade do grupo. A escrita conseguiu frutificar a memória e a identidade, pois ela se tornou uma extensão da própria memória humana, que pode ser consultada a qualquer tempo e ainda pode ser relida, rememorada e editada para atender às necessidades (sociais, culturais e políticas) de um indivíduo, de um grupo ou de uma sociedade. As narrativas da mídia servem de exemplos dessas possibilidades de leitura, releitura e edição, assim como a própria mídia pode ser vista como extensão ou lugar de memória.

Pollak (1992) explica que cada pessoa ou um coletivo faz sua seleção memorial por um processo de aprendizagem e quando se trata de memória nacional o autor traz a questão do “enquadramento da memória”, que significa selecionar aquilo que é mais significativo para o indivíduo/coletivo e, no caso de nação, de memórias oficiais, esse enquadramento se veste de lutas e referências políticas. “A memória organizadíssima, que é a memória nacional, constitui um objeto de disputa importante, e são comuns os conflitos para determinar que datas e que acontecimentos vão ser gravados na memória de um povo” (POLLAK, 1992, p. 204). Enquadrar, então, é encaixar, disciplinar, selecionar o que deve ser guardado na memória ou jogado no limbo. Nessa ação de enquadrar a memória, Pollak (1992) traz a questão do poder e, portanto, a memória sempre está em disputa por diversos grupos, que buscam estruturar aquilo que deve ser memorizado ou esquecido. Para Oliota e Rocha (2011) a memória nacional procura manter concordância e defesa daquilo considera que seja relevante para manter o sentimento de identidade e pertencimento da sociedade.

3 HISTÓRIA DA IMPRENSA ESCRITA: BRASIL E PIAUÍ

Os meios de comunicação, a cada dia, fazem-se presentes no cotidiano das pessoas com imagens e sons narrativos atuais, relativos ao passado e também com perspectivas para o futuro. As pessoas se informam e conhecem a cidade, os feitos de seus cidadãos, os costumes, as tradições, a história, os conflitos, enfim. Para Canclini (2002), os meios de comunicação trazem novas experiências com a cidade e a memória dela.

Mesmo onde não foram destruídos os centros históricos, as praças, os lugares que mantinham viva a memória e permitiam o encontro das pessoas, sua força diminui frente à remodelação dos imaginários operada pelos meios de comunicação. Os relatos mais influentes sobre o que significa a cidade emergem agora da imprensa, do rádio e da televisão (CANCLINI, 2002, p. 42).

Com um século de atraso, a imprensa escrita chegou ao Brasil e os primeiros jornais surgiram somente no século 19, enquanto que desde o século XV, na Europa, já existia a atividade de impressão e, no século XVI, a circulação de jornais. Os dois primeiros impressos do país foram o Correio Braziliense e a Gazeta do Rio de Janeiro, que datam de 1808, de junho e setembro, respectivamente. Para Martins e Luca (2013), a imprensa brasileira acompanhou e participou das mudanças políticas no Brasil desde a chegada da família real e “a transformação da Colônia em Império. [...] A imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira. Tem certidão de nascimento lavrada em 1808, mas também é veículo para a reconstrução do passado” (MARTINS; LUCA, 2013, p. 8).

Para Sodré (1999), o *Gazeta do Rio de Janeiro*, como fonte oficial, não tinha a intenção de ser atrativo e informativo para o público, o importante era apenas agradar à Coroa portuguesa, por isso as matérias priorizavam a vida dos reis de Portugal e da Europa, atos oficiais e anúncios. Já o jornal *Correio Braziliense* tinha uma peculiaridade - era feito em Londres, por um opositor à Coroa portuguesa, Hipólito José da Costa, que enviava o jornal para o Brasil de navio de forma clandestina. O tema da política sempre participou do jornalismo impresso e até hoje continua sendo a editoria mais valorizada. A fronteira entre a política e o jornalismo sempre foi pequena: ora denunciavam, ora usavam o jornalismo para ascender na política. “Ainda que haja encampação de alguns periódicos, perseguição de outros tantos, há mais proximidades, acordos e relações conjuntas entre os homens de governo e os homens de imprensa do que divergências” (BARBOSA, 2007, p. 103).

Assim como no Brasil, aqui no Piauí o jornal impresso chegou com atraso. Segundo Régio (2008) e Pinheiro Filho (1997), o primeiro jornal se chamava “O Piauiense” e surgiu em 15 de agosto de 1832, ou seja, 24 anos após a chegada dos jornais no Brasil. Foi um jornal oficial assim como o *Gazeta do Rio de Janeiro*. O Piauí foi a décima quinta Província do Brasil a receber a imprensa (PINHEIRO FILHO, 1997). Segundo Rego (2008), desde o início, uma característica do jornalismo local é a aproximação com a política local e seus representantes e isso também é apontado por Reis (et al., 2013), que explica que a política, por ser uma área que envolve e está ligada diretamente e efetivamente com a vida em sociedade, “o jornalismo [...] foi usado como trampolim para agentes do campo político. [...] essa relação historicamente esteve no cotidiano de ambos os segmentos” (REIS, et al., 2013, p. 5).

Teresina, em 19 de fevereiro de 1853, já como capital do Piauí, teve seu primeiro jornal chamado “A Ordem”. “A Ordem trazia noticiário político e social, além de artigos doutrinários, caracterizando-se como jornal conservador” (REGO, 2008, p. 52). Para Tavares (2000), a chegada dos veículos de comunicação no Piauí é tão significativa que ele marcou entre os fatos mais importantes do século 20. O jornal *O DIA*, o mais antigo em circulação, surgiu em 1 de fevereiro de 1951. Atualmente, mais dois jornais circulam diariamente (com edições especiais para o final de semana): *Diário do Povo do Piauí* (1987) e *Meio Norte* (1995).

3.1 História de Teresina

Teresina, capital do Piauí, não foi a primeira e não se tinha um consenso sobre essa transformação. Foi a primeira capital brasileira planejada do império e seguiu o traçado de tabuleiro de xadrez (AFONDO; MARQUES, 2014). Oeiras foi a primeira capital do Estado, porém, sob as justificativas de progresso, desenvolvimento e expansão, ela perdeu esse título para Teresina. Entre as autoridades governamentais da respectiva província era preciso estabelecer a capital do Piauí “em local salubre, aprazível, abundante de água, fértil, que ofereça vantagens nas comunicações como o todo de uma província, principalmente com os pontos de maior comércio dela” (FREITAS, 1988, p. 11), o que a cidade de Oeiras não oferecia para o Conselho Saraiva. A mudança de local foi pensada com base no crescimento, desenvolvimento comercial e prosperidade do Estado.

Em 03 de agosto de 1844, um decreto autorizou a mudança para a Vila de São Gonçalo, hoje, cidade de Regeneração, que atendia a todos os requisitos de ser um local atraente e promissor. Contudo, isso não aconteceu, pois, as despesas para se construir uma nova capital seriam grandes demais. Após vários pareceres, cartas e solicitações de mudança e de permanência da capital envolvendo as cidades de Oeiras, Parnaíba e Teresina, em 1852, a Vila Nova do Poti, como era conhecida antes de se chamar Teresina⁵, foi escolhida para ser a capital do Piauí “em função do imaginário progressista estabelecido por um grupo de político liderados por José Antônio Saraiva, que acreditava ser esse espaço favorável à comunicação e ao transporte [...] capazes de solucionar os problemas do homem moderno” (ARAÚJO, 1997, p. 41).

Desde a sua transformação em capital, a cidade de Teresina sempre foi pensada para ser moderna, sustentável economicamente e favorável à comunicação com outras cidades. Como coloca Araújo (1997), no século XIX, os avanços tecnológicos e o desenvolvimento das ciências na Europa trouxeram influências para o Brasil e o Piauí não ficou fora desse desejo de viver um espetáculo vanguardista. Assim, “especificamente, o Piauí participou desse espetáculo em 1858, quando foi lançada às águas do rio Parnaíba o primeiro barco a vapor, denominado “Uruçuí” (ARAÚJO, 1997, p. 44). A novidade encantou a população e, desde então, produziu na mente dos cidadãos da nova capital uma narrativa de entusiasmo e de valorização para aquilo que era atual, contemporâneo e novo. É o que Araújo (1997) chama de imaginário, ou seja, complexo de sonhos voltados para grandes expectativas e esperança de um tempo melhor. Para Galvão (2008) é por

⁵ “Assim chamada em honra da imperatriz do Brasil D. Teresa Cristina, esposa de D. Pedro II. (SILVA, 1994, p. 11)

meio dessa imaginação, por essa subjetividade que a "uber" é vivenciada, apropriada e até inventada pelos seus habitantes.

A Vila foi se transformou, ganhou novas ruas, empreendimentos, novos desenhos para receber o título e o direito de ser a capital do Piauí. A limpeza e a higiene eram preocupações constantes, assim como a beleza, por isso, normas de conduta, de disciplina, de convivência, de uso dos espaços da cidade foram criadas: limpeza das ruas aos sábados pelos próprios moradores sob pena de multa; pessoas pobres não podiam morar no centro da cidade; arborização das praças públicas; carroças eram proibidas de circularem no centro de Teresina e até mesmo pessoas bêbadas eram proibidas de andar no centro. O imaginário de uma cidade grande, moderna e em florescimento foi sendo absorvido pelos teresinenses e pelos seus governantes (ARAÚJO, 1997). Para o historiador e pesquisador, Nascimento (2002), a cidade de Teresina foi pensada, projetada e desenvolvida sob a fachada de uma “Cidade dos Sonhos”, onde seus governantes e também a população buscaram perder os aspectos colonial, rural, pequena, acanhada para buscar uma aparência de moderna, urbana e bela. A elite e a classe política trabalharam, efetivamente, o sonho de modernização junto à população.

Morais (2010), por meio de pesquisas feitas em documentos oficiais divulgados no Diário Oficial e jornais locais, confirma a presença da mídia local, em especial, os jornais impressos, no trabalho de divulgação e conquista da simpatia da população pelo processo de urbanização/modernização. Segundo a autora, a imprensa, por meio de suas matérias jornalísticas, deu voz aos governantes para o discurso e a construção de um imaginário progressista e de comemoração centenária positiva de Teresina. "A comemoração do centenário de Teresina parecia anunciar mais que uma simples comemoração; tratava-se de adentrar um novo tempo, que tentaria deixar para trás o passado atrasado e provinciano" (MORAIS, 2010, p. 27).

3.2 História do Jornal Diário do Povo do Piauí

O jornal Diário do Povo existe há 30 anos atuando no Piauí. A multiplicidade de histórias da e na cidade estão registradas em várias editorias como política, geral, esporte, cultura, cidades e ainda em cadernos especiais, como o Caderno sobre Teresina, que sai no dia do aniversário da cidade, 16 de agosto, e que era o objeto inicial dessa investigação.

Antes de ser do Grupo Damásio, em 1988, o jornal foi idealizado pelos empresários Aerton Cândido Fernandes e Clementino Costa, que tinha uma aproximação muito forte com o político Alberto Silva e por isso receberam o apoio do então governador do Estado.

Mas ficaram a frente somente um ano e logo venderam para o Grupo R. Damázio, que ficou no comando até 2016 quando, novamente, o jornal foi vendido para outro empresário. Segundo Sousa e Carvalho (2013), o aniversário de Teresina desperta a atenção dos veículos de comunicação ainda desde o centenário da cidade. Para as autoras, a data de aniversário é motivo de muitas matérias com teor de esperança e positivismo.

Morais (2010) lembra que a imprensa piauiense, no centenário de Teresina, alimentou o discurso de uma cidade modelo, moderna, vanguardista, já que, ela foi pensada e construída para servir de referência de beleza e progresso. Esses discursos em datas comemorativas servem para motivar um sentimento positivo de pertencimento e de identidade. “Nessa situação, a imprensa afirma-se como mediadora entre os cidadãos e o governo e ainda como peça fundamental do funcionamento das festividades” (MORAIS, 2010, p. 16). No caso do Diário do Povo, a data de aniversário da cidade é importante para todos os departamentos da empresa, em especial, o setor comercial, porque são vendidos mais espaços publicitários para aumentar a lucratividade do jornal; e para a redação, pois matérias especiais são pensadas e executadas para registrar fatos ligados à cidade, suas histórias e seus habitantes.

Geralmente, no aniversário de Teresina, desde o departamento comercial, né, que a gente usa o calendário do aniversário de Teresina para se criar um projeto especial de vendas. E claro, para ter vendas tem que ter matérias, tem que ter editoria. A gente quer vender o aniversário de Teresina - e para vender o aniversário de Teresina a gente tem que falar de Teresina, então, a gente deixa a cargo da Redação fazer aquela coisa de dizer o que é que eles elegeram como prioridade para falar naquele caderno que a gente vai comercializar (informação verbal)⁶

Segundo Paixão (informação verbal), o caderno Especial no dia de aniversário de Teresina existe desde o início. Atualmente, o jornal tem dois cadernos. No primeiro estão as editorias de Opinião, Política, Economia, Polícia e Esportes; enquanto o segundo estão as editorias de Cidades, Municípios, Cultura E Sociedade. O Diário atende somente 22 municípios piauienses e maior tiragem de exemplares fica em Teresina. No caso da capital, são 1.300 assinantes e os outros 400 jornais são vendidos de forma avulsa em ruas, sinais de trânsito e bancas de jornal. O jornal circula de terça a sábado, porque tanto a edição de segunda e domingo estão sempre impressas no jornal de sábado.

⁶ PAIXÃO, Mauro. Entrevista concedida a Sammara Jericó Alves Feitosa. Teresina. 14 Teresina, 04 de maio 2018

4 A MEMÓRIA OFICIAL DO JORNAL DIÁRIO DO POVO DO PIAUÍ⁷

A abordagem dessa pesquisa se configura como quali-quantitativa, pois tenho interesses tanto em como falam e também em números quanto a quantidade de temas, de fontes e as repetições. As abordagens não são excludentes, pois, “em realidade, tanto a pesquisa qualitativa pode lidar com medidas estatísticas como a quantitativa pode buscar resultados menos pontuais” (SAKATA, 2002, p. 36).

O corpus da pesquisa, no início, correspondia somente ao caderno Especial voltado para Teresina no dia do seu aniversário, porém, esse material ficou mais amplo. Ao ir para o campo, o arquivo do jornal, para identificar e separar os jornais dos últimos 30 anos, descobri que somente existem 11 publicações⁸ desse caderno especial, porém nas três primeiras edições do caderno especial, o jornal somente colocou publicidade, não havia notícias jornalísticas. Portanto, resolvi analisar as matérias alusivas ao aniversário da cidade em todas as editorias do dia 16 de agosto. Somente foram investigadas as notícias e ficaram de fora os textos de opinião (artigo, editorial, crônicas e notas de colunistas) e as mensagens de autoridades públicas e políticas, empresários e outros. Parto da hipótese que a mídia e, em particular, o jornal impresso, é um espaço de memória na sociedade atual, então, investiguei que tipo de memória o jornal Diário do Povo produziu sobre Teresina.

Ao todo, encontrei 156 matérias relativas ao aniversário de Teresina nas seguintes editorias: Caderno 2, Diversão & Arte, Galeria (que não existem mais no jornal), Cidade, Geral, Política, Especial, Cultura e no Suplemento de Teresina, porém, escolhi quatro categorias para a Análise de Conteúdo (AC) que vão ao encontro da pesquisa e, nesse sentido, nem todas as matérias entraram para verificação. Para a análise foram 105 narrativas midiáticas e segundo Bardin (2011, p. 15) a Análise de Conteúdo diz respeito a “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”.

As categorias temáticas delimitadas para análise foram: 1) Teresina e sua história (temática: fundação, arquitetura, locais históricos e formação política); 2) Teresina - a cidade problemática; 3) Teresina - signos de modernização (urbana, desenvolvida,

⁷ Este artigo é somente uma parte da minha dissertação defendida no Mestrado em Antropologia na Universidade Federal do Piauí, em dezembro de 2018

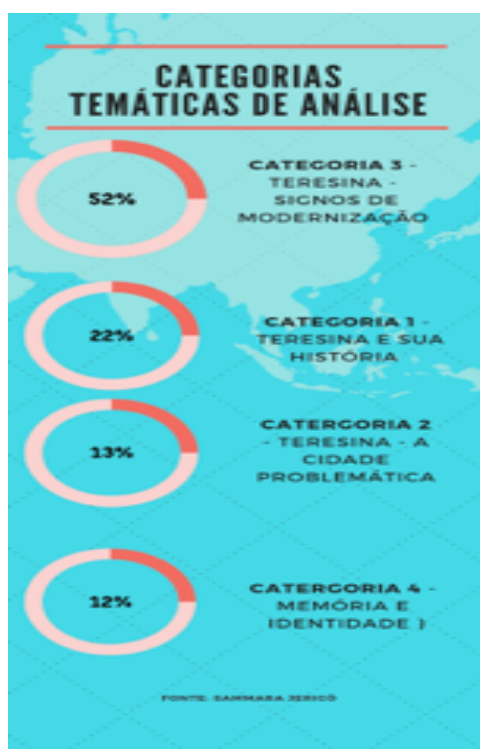
⁸ O caderno especial saiu nos anos de: 1990; 1992; 1993; 1998; 2002; 2010 a 2015; 2017

moderna e ações de infra-estrutura para promover o progresso); 4) Memória e Identidade (temáticas: cultura, tradições, lembranças, identidade da cidade e da população).

Chama a atenção a quantidade de matérias da categoria 3, que reforça a imagem de uma cidade moderna, que nasceu para ser moderna, urbana, rica e desenvolvida como foi justificado pelos discursos políticos desde a mudança da capital de Oeiras para a Vila do Poty. As matérias dessa categoria 3 mostram que "a capital tem absorvido no decorrer dos anos, características de metrópole e tem se igualado aos grandes centros urbanos brasileiros no tocante à paisagem e ao seu desenvolvimento econômico, mas que é ainda permanece ligada aos costumes, tradições (SOUSA, CARVALHO, 2011, p. 5). E isso pode ser confirmado no texto abaixo retirado do jornal do ano de 2006, quando a “cidade-verde” completou 154 anos. O título da matéria já dá um indicativo de uma cidade grande e próspera - “Teresina já tem escala metropolitana”. O texto da matéria diz que Teresina é uma cidade nova, mas tem condições de ser comparada a grandes metrópoles do país, pois ela já é uma cosmopolita.

Teresina se torna, nos discursos do jornal Diário do Povo, uma cidade que pode ser comparada com os grandes centros urbanos do país, pois ela é próspera economicamente, como assim pensava o fundador, Conselheiro Saraiva, e se tornou moderna e futurista, porém, que não perde sua essência, costumes, tradições, revelando esse entrelaçamento entre o moderno e o provinciano.

INFOGRÁFICO 1 - Categorias Temáticas de análise



A categoria 3 - signo de modernização, recebeu um total de 55 matérias distribuídas em: 29 direcionadas para ações municipais com o objetivo de continuar com uma cidade em desenvolvimento e bem-estar para sua população. O restante fala de uma cidade que nasceu moderna e que continua para ser uma grande metrópole do Brasil. Diante dessa confirmação, posso afirmar que a mídia, no caso aqui, Diário do Povo, tentou manter, pelos seus enunciados midiáticos, a ideia de uma cidade que nasceu para ser a capital do Piauí e, assim, a decisão do Conselheiro Saraiva estava correta. Teresina cresceu e se desenvolve a cada dia para continuar com sua imagem de moderna e urbana. A mídia não somente faz a mediação entre os fatos e o público; entre este e as autoridades políticas, como também ela, a mídia, acaba se colocando como peça relevante para os sentimentos positivos e a festividade por conta do dia 16 de agosto.

Quanto ao total de fontes nessa categoria, foram 58, sendo que a fonte principal foi a Prefeitura Municipal de Teresina (assessoria de imprensa e seus órgãos municipais) (35), empatados estão matérias sem fonte e matérias com a participação de algum especialista, como engenheiro, arquiteto e outros. Por último, vem matérias com uma participação dos cidadãos (3). O jornal Diário do Povo se coloca como parceiro do poder municipal, que foi, nessa categoria, a fonte principal seja para falar do presente e futuro próspero, seja para minimizar qualquer problema da cidade. Diante dessa aproximação de autoridades políticas e o poder simbólico da mídia, no caso o Diário do Povo, juntos procuram "fabricar uma imagem idealizada e consensual da ordem nacional e proceder ao mesmo tempo uma auto- legitimação do poder" (MICHEL, 2010, p. 14). Essa categoria mostrou essa auto-legitimação do poder municipal e a tentativa de construir uma memória oficial sobre Teresina e o que acontece nela e com seus habitantes.

Como afirma Le Goff (2003), a memória individual e coletiva está ligada a questão social, cultural, econômica e política e talvez por isso ela seja tão desejada pelos governantes. "As direções atuais da memória estão, pois, profundamente ligadas às novas técnicas de cálculo, de manipulação da informação, do uso de máquinas e instrumentos, cada vez mais complexos" (LE GOFF, 2003, p. 419) e o jornal, atualmente, acaba sendo uma ação para o resgate e a celebração de acontecimentos que interessam aos agentes políticos. Fica evidente que existe relação entre aquilo que o jornal que guardar como memórias nos teresinenses e o poder, neste caso, o poder político. O jornal acaba sendo um recurso de estratégia política para determinado grupo, no caso, a Prefeitura de

Teresina, para fabricar uma memória nacional e oficial e determinar o que deve e o que não deve ser registrado e comemorado pelos teresinenses.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O enquadramento de uma memória acontece pelo trabalho organizado seja de um indivíduo ou um grupo, nesse caso, o jornal, como empresa, fez um enquadramento do aniversário da cidade por meio dos temas e fontes escolhidos como forma de restaurar ou enfatizar o sentimento de pertencimento dos teresinenses com os espaços da cidade e também com as ações da prefeitura municipal. O jornal é somente um olhar sobre a cidade, mas, de qualquer forma, ela pode influenciar tanto a imagem que o público tem da cidade, como a construção do futuro. A terceira categoria, que trata de uma cidade e os signos de modernidade, trouxe o maior número de matérias e nelas a fonte principal foi a poder municipal, nesse sentido, parece certo deduzir o esforço do jornal em criar um futuro de acordo com as ambições do presente e do grupo do qual acaba se aliando.

Sabendo que meu problema foi identificar que tipo de memória o jornal Diário do Povo construiu ao longo dos seus 30 anos de atuação, então, essa questão ficou mais clara. As análises mostraram que o referido jornal criou, ao longo de sua trajetória, uma relação muito próxima com a Prefeitura Municipal de Teresina, a fonte principal de todas as matérias analisadas (105 no total), nesse sentido, posso afirmar que as memórias construídas pelo jornal são memórias oficiais, marcadas por aquilo que os agentes políticos desejavam e desejam quanto ao que os teresinenses devem lembrar e, conseqüentemente, esquecer. É uma memória alinhada com os desejos do grupo político que está no poder. Os discursos do jornal vão ao encontro dos discursos oficiais desde a transferência da capital de Oeiras para Teresina. Nada mudou... nem mesmo os problemas. A diferença mesmo é que esses problemas dizem respeito a uma metrópole e não mais a uma cidade provinciana.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Maria Mafalda Balduino de. **Cotidiano e imaginário**: um olhar historiográfico. Teresina: edufpi/instituto Dom Barreto, 1997

BARBOSA, Marialva Carlos. **Meios de Comunicação e história**: um universo de possíveis. In: Ribeiro, Ana Paula Goulart; FERREIRA, Lucia Maria Alves, *Mídia e Memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011

BELTRÃO, Luiz. QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus, 1986

CANCLINI, Néstor García. **Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação**. Revista Opinião Pública, v.VIII, n.01, pp.40-53, Campinas, 2002

CANDAU, Joël. **Antropologia da Memória**. Lisboa: Instituto Piaget, 2005

_____. **Memória e identidade**. 1a ed. 3a reimpressão. São Paulo: Contexto, 2016

CARVALHO, Carlos Alberto de. A tríplice mimese de Paul Ricouer como fundamento para o processo de mediação jornalística. XIX Encontro da Compós, na PUC Rio, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010. Disponível em < http://compos.com.puc-rio.br/mediagt9_carlos_%20alberto_carvalho.pdf>. Acessado em 22 abr. 2018

CASADEI, Eliza Bachega. **Saiu da história para entrar nas revistas: enquadramentos da memória coletiva sobre Getúlio Vargas em Veja, Realidade e Time**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. 9a ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves, Petrópolis-RJ: Vozes, 1994

DUARTE, Maurício. **Cidadania obstruída: jornais cariocas e a construção discursiva da violência pelos jornais do Rio**. In: Discursos - estudos da linguagem como prática social. Rio de Janeiro: Núcleo de Pesquisa em Estratégias de Comunicação - ECO/UFRJ, 2005, p. 59-99

FREITAS, CLODOALDO. **História de Teresina**. Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 1988

GALVÃO, Demetrio Gomes. **A fabricação de Teresina: subjetividades e imagens fotográficas na experiência teresinense do Salão Municipal de Fotografias (1995-2005)**. 2008. 129 f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) - Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2008.

HUYSEM, Andreas. **Políticas de Memória no nosso tempo**. Tradução de Sana Fabíola Maurício. Lisboa: Universidade Católica Editora, Unipessoal Ltda, 2014

IZQUIERDO, Iván. **Memória**. 2a ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Artmed, 2011

LATOUR, Bruno. **Redes que a Razão Desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções**. In: PARENTE, A. (Org.). Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e política da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 39-63

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Tradução Bernardo Leite. [et al.] - 5 ed. Campinas, SP, Editora da Unicamp, 2003

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (org). **História da Imprensa no Brasil**. 2. ed. 2 reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013

MICHEL, Johann. **Podemos falar de uma política do esquecimento?**. Revista Memória em Rede. v.2, n.3, ago.nov.2010, ISSN-2177-4129, p.14-25, Pelotas, 2010

MORAIS, Eliane Rodrigues. **A comemoração do centenário de Teresina**. Um exemplo de práticas e representações. 2010. 158 f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) - Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2008

NASCIMENTO, Francisco Alcides do. **A cidade sob o fogo: modernização e violência policial em Teresina**. Teresina: Fundação Monsenhor Chaves 2002

OLIOTA, Rúbia; ROCHA, Larissa Leda. **Memória, História e Documentário: Delimitações e Interações Conceituais**. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação; XIII Congresso de Ciência da Comunicação na região Nordeste; 15-17 de junho, 2011

PINHEIRO FILHO, Celso. **História da Imprensa no Piauí**. 3a ed. Teresina: Zodíaco Editora, 1997

POLLAK, Michael. **Memória e Identidade Social**. In: Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v.5; n.10, p. 200-215, jul. 1992 ISSN 2178-1494. disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941/1080>>. Acesso em: 02 Abr. 2018

REIS, Marcela Miranda Felix; MOURA, Adriana Carvalho; ALMEIDA, Gustavo de Oliveira; SANTOS, Romana Wrsula de Oliveira dos. **Influências externas na produção de conteúdo dos jornais impressos de Teresina: perfil histórico**. In: 9a Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto. Anais: Universidade Federal de Ouro Preto, 2013. Artigo, p. 1-15. ISSN:2175-6945. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-impressa/influencias-externas-na-producao-de-conteudo-dos-jornais-impressos-de-teresina-perfil-historico>>. Acessado em 25 de outubro de 2018

RÊGO, Ana Regina. **Imprensa piauiense entre a literatura e a política**. In: VI Congresso Nacional de História da Mídia. Niterói-RJ. 2008

RUANO, Juliana Echeverry. **Hacia un encuentro entre antropología y comunicación en el análisis de producciones mediáticas**. Revista Nexus Comunicación. Edición 18 (julio - diciembre 2015), p.34-45

SAKATA, Marici Cristine Gramacho. **Tendências metodológicas da pesquisa acadêmica em turismo**. São Paulo: M.C.G. Sakata, 2002

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4 ed. (atualizada). Rio de Janeiro: Mauad, 1999

SOUSA, Leila Lima; CARVALHO, Sônia Maria dos Santos. **A construção jornalística de identidades para Teresina: análise dos jornais Meio Norte, O Dia, e Diário do Povo no aniversário da capital do Piauí**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Ouro Preto. Anais 9o Encontro Nacional de História da Mídia, Universidade Federal de Ouro Preto, Minas Gerais, 2013, p. 1-15

TAVARES, Zózimo. **100 fatos do Piauí no século 20**. Teresina: Halley, 2000

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998

WEBER, Regina; PEREIRA, Elenita Malta. **Halbwachs e a memória: contribuições à história cultural**. Revista Territórios e Fronteiras. v.3 n.1 – Jan/Jun 2010 Programa de Pós-Graduação – Mestrado em História do ICHS/UFMT

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghirni. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004